



A febre amarela
“**MINIONS**”:
uma análise bakhtiniana

Natasha Ribeiro de Oliveira

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
“JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
Faculdade de Ciências e Letras
Campus de Araraquara - SP
Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa**

NATASHA RIBEIRO DE OLIVEIRA

A FEBRE AMARELA “MINIONS”: uma análise bakhtiniana



**ARARAQUARA – SP
2020**

NATASHA RIBEIRO DE OLIVEIRA

A FEBRE AMARELA “MINIONS”: uma análise bakhtiniana

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivos e textuais

Orientadora: Luciane de Paula

Bolsa: FAPESP/CAPES Processo nº 2017/26629-3

ARARAQUARA – SP
2020

Oliveira, Natasha Ribeiro de
A febre amarela "minions": uma análise
bakhtiniana / Natasha Ribeiro de Oliveira – 2020
282 f.

Dissertação (Mestrado em Linguística e Língua
Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista "Júlio de
Mesquita Filho", Faculdade de Ciências e Letras (Campus
Araraquara)

Orientador: Luciane de Paula

1. Círculo de Bakhtin. 2. Diálogo. 3. Sujeito. 4.
Ideologia. 5. Minions. I. Título.

Ficha catalográfica elaborada pelo sistema automatizado com
os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade dos autores e não necessariamente refletem a visão da FAPESP e da CAPES.

NATASHA RIBEIRO DE OLIVEIRA

A FEBRE AMARELA “MINIONS”: uma análise bakhtiniana

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivos e textuais

Orientadora: Luciane de Paula

Bolsa: FAPESP/CAPES Processo nº 2017/26629-3

Data da defesa: 31/01/2020

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientadora: Prof^ª Dr^ª Luciane de Paula (UNESP-Assis e UNESP-Araraquara)

Membro Titular: Prof^ª Dr^ª Rosângela Hammes Rodrigues (UFSC)

Membro Titular: Prof^ª Dr^ª Maria da Glória Corrêa Di Fanti (PUC-RS)

Local: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
Faculdade de Ciências e Letras
UNESP – Campus de Araraquara

A meu avô, Aurélio (*in memoriam*), que amaria me ver “mestra”.

AGRADECIMENTOS

A gratidão me move e é, por isso, um dos meus sentimentos favoritos. Sou grata pela vida, pelas escolhas e pelos caminhos trilhados. Singelamente, gostaria de agradecer algumas pessoas importantes não só durante o mestrado, mas também durante minha vida:

Agradeço a Deus, pela luz divina que emana em minha vida diariamente.

À minha mãe, Keli, e meu pai, Ednilson, que são minha fortaleza. Sem eles, eu não teria chegado aqui. Na verdade, não teria chegado a lugar nenhum. Tudo é por eles.

À minha orientadora e mãe acadêmica, Luciane, por ser presente – de vida – em cada parte desse trabalho. Em uma orientadora encontrei uma amiga.

Ao Vinícius, pelo apoio e encorajamento. Nos momentos bons e ruins, esteve, está e permanece comigo. A vida sempre dá um jeito de juntar nossos caminhos.

Ao GED – Grupo de Estudos Discursivos – pelas trocas, pelas leituras e olhares cuidadosos comigo. Esse estudo é, também, fruto disso. Elaine, que também faz parte do GED, obrigada.

Às amigas que surgiram no grupo e que levo para a vida: Ana, Gi e Toni, sempre presentes: a nossa *lan house* existirá sempre viva em meu coração.

À Mirian e Tati, amigas-vizinhas, que adoçaram o processo de escrita da dissertação com cafés da tarde e (muitas!) boas risadas.

À minha madrinha, Selene, que sempre me incentivou e me acompanhou, desde o primeiro dia de aula da graduação até o presente momento – obrigada por sempre ser um passo adiante.

Aos meus amigos e familiares queridos que, sorte a minha, são muitos para serem mencionados aqui.

Ao PPGLLP e todos os funcionários da UNESP/Araraquara. Em especial, à Ana Simioni, do Escritório de Pesquisa, sempre prestativa em me ajudar.

Aos professores que, cuidadosamente, leram e contribuíram com o trabalho de maneira significativa, Profa. Dra. Rosângela Hammes Rodrigues, Prof. Dr. Valdemir Miotello e Profa. Dra. Maria da Glória Di Fanti.

Às agências de fomento, FAPESP e CAPES, que me deram a possibilidade de realização da pesquisa, por meio de financiamento, ao acreditarem no potencial do projeto:

O trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

(Processo FAPESP/CAPES nº 2017/26629-3).

RESUMO

O estudo tem como objetivo a análise da constituição dos sujeitos minions em relação de alteridade com o sujeito Gru presentes nos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito* (2010, 2013, 2015 e 2017). Considera-se a existência de uma “febre amarela ‘minions’” presente na sociedade a partir das personagens fílmicas. Para tanto, o arcabouço teórico é o da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, com as concepções de linguagem, enunciado, diálogo, ideologia e sujeito como norteadoras. O método de pesquisa, dialético-dialógico, realizado por cotejo, prevê outros enunciados relacionados à franquia como forma de corroborar com a reflexão acerca não só das relações de trabalho (presente entre minions e Gru), mas da transformação dos filmes de entretenimento em produto de consumo massivo, como as páginas de *Facebook*, de cunho humorístico e político. Ao refletir sobre a construção da relação entre minions e Gru, pensa-se na produção, circulação e recepção social dos filmes, pois essa relação extrapola as telas de cinema e ganha a vida, com novos sentidos, em produtos de consumo físicos e simbólicos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de natureza bibliográfica, desenvolvida por etapas interligadas de descrição, análise e interpretação. A relevância e justificativa do estudo está em refletir acerca da relação produção, circulação e recepção de enunciados estético-midiáticos na contemporaneidade relacionados à vida, ao colaborar com o pensamento acerca da pertinência da abordagem bakhtiniana como fundamentação teórico-analítica de enunciados sincréticos. Como resultado, acredita-se que há uma imagem de minions construída nos filmes (em alteridade com Gru) que possibilitou a criação de uma “febre amarela” em torno desses sujeitos, tornando-os um fenômeno de vendagem que extrapolou as telas dos cinemas ao viralizar em diversas esferas sociais.

Palavras-chave: Diálogo. Sujeito. Ideologia. Círculo de Bakhtin. Minions.

ABSTRACT

The study aims to analyze the constitution of the minion subjects in relation to otherness with the subject Gru present in the films of the *Despicable Me* franchise (2010, 2013, 2015 and 2017). It is considered the existence of a “yellow fever ‘minions’” present in society from the film characters. Therefore, the theory is that of the philosophy of language of the Bakhtin Circle, with the concepts of language, utterance, dialogue, ideology and subject as guiding principles. The research method, dialectical-dialogical, carried out by comparison, foresees other utterances related to the franchise as a way to corroborate with the reflection about not only the working relationships (present between minions and Gru), but the transformation of entertainment films into products of massive consumption, like *Facebook* pages, of a humorous and political nature. When reflecting on the construction of the relationship between minions and Gru, we think about the production, circulation and social reception of films, as this relationship goes beyond cinema screens and makes a living, with new meanings, in physical and symbolic consumer products. It is a qualitative research, of a bibliographic nature, developed by interconnected stages of description, analysis and interpretation. The relevance and justificative of the study is to reflect on the relationship between production, circulation and reception of aesthetic-media utterances in contemporary times related to life, by collaborating with the thinking about the relevance of the bakhtinian approach as a theoretical-analytical foundation of syncretic utterances. As a result, it is believed that there is an image of minions built in the films (in alterity with Gru) that enabled the creation of a “yellow fever” around these subjects, making them a phenomenon of selling that went beyond the cinema screens to go viral in different social spheres.

Keywords: Dialogue. Subject. Ideology. Bakhtin Circle. Minions.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Cor "amarelo minion" da Pantone	45
Figura 2 - Minion Rush: o jogo dos minions.....	46
Figura 3 - Atração no parque Universal Studio.....	47
Figura 4 - Poltronas de cinema estampando os minions	47
Figura 5 - Minions no avião da Azul.....	48
Figura 6 - Minions no metrô.....	48
Figura 7 - Minions em comidas.....	51
Figura 8 - Minions em roupas e calçados	51
Figura 9 - Minions em cosméticos, materiais escolares e brinquedos	52
Figura 10 - Pastel dos minions	54
Figura 11 - Página "Minions Sinceros e Irônicos"	62
Figura 12 - Página "Minions Ousados"	63
Figura 13 - Página "Minions Sinceros"	63
Figura 14 - Página "Minions Impacientes"	64
Figura 15 - Bolsominion.....	71
Figura 16 - Página "Bolsominions"	75
Figura 17 - Página "Todo dia Tem um Bolsominion passando Vergonha"	75
Figura 18 - Página "Meu Bolsominion Secreto"	76
Figura 19 - Página "Bolsominions Arrependidos"	77
Figura 20 - Página "Bolsominions"	81
Figura 21 - Página "Bolsominions Sinceros"	82
Figura 22 - Página "Bolsominions Patriotas"	83
Figura 23 - Página "Somos Bolsominion".....	84
Figura 24 - Caracterização física de Balthazar	102
Figura 25 - Balthazar performando	103
Figura 26 - Gru e Dru	115
Figura 27 - Uso do termo "bolsominions"	121
Figura 28 - Outro uso do termo "bolsominions"	123
Figura 29 - Minions e chefes	134
Figura 30 - Minions vazios, desmotivados e deprimidos	135
Figura 31 - Scarlet e minions na Expo-Vilão	136
Figura 32 - Alucinação de Kevin	138
Figura 33 - Superioridade e inferioridade entre Gru e minions	140
Figura 34 - Macacão de operário dos minions	150
Figura 35 - Capacete de operário.....	150
Figura 36 - Minions em diferentes funções.....	152
Figura 37 - Minion pede aumento salarial.....	153
Figura 38 - Minions em massa	156
Figura 39 - Gru	158
Figura 40 - Superioridade e inferioridade	160
Figura 41 - Minions respondem prontamente a Gru	162
Figura 42 - Minions tristes	164
Figura 43 - Minions dão o que têm para Gru	165
Figura 44 - Gru e minions se preparam para missão	169
Figura 45 - Excitação e decepção dos minions com Gru	173
Figura 46 - Revolta dos minions	175
Figura 47 - Confronto entre minions e Gru	177
Figura 48 - Minions na prisão	180

Figura 49 - Lembrança de Mel e Gru	181
Figura 50 - Gru, Mel e outros minions	183
Figura 51 - Produtos Meu Malvado Favorito	203
Figura 52 - Produtos minions	204
Figura 53 - Produtos minions	206
Figura 54 - Produtos minions	206
Figura 55 - Marca Minion	210
Figura 56 - Publicações da página "Minions Sinceros"	214
Figura 57 - Publicações da página "Minions Sinceros e Irônicos"	215
Figura 58 - Publicações da página "Minions Ousados"	215
Figura 59 - Publicações da página "Minions Impacientes"	216
Figura 60 - Publicações na página "Minions"	218
Figura 61 - Publicação na página "Minions"	220
Figura 62 - Publicações nas páginas não-oficiais	220
Figura 63 - Publicação da página "Minions Sinceros"	222
Figura 64 - Publicação da página "Minion Sinceros e Irônicos"	223
Figura 65 - Publicação da página "Minions Ousados"	224
Figura 66 - Publicação da página "Minions Impacientes"	225
Figura 67 - Publicações da página "Bolsominions"	235
Figura 68 - Publicações da página "Todo dia Tem um Bolsominion Passando Vergonha"	235
Figura 69 - Publicações na página "Meu Bolsominion Secreto"	236
Figura 70 - Publicações na página "Bolsominions Arrependidos"	236
Figura 71 - Publicações na página "Bolsominions"	237
Figura 72 - Publicações na página "Bolsominions Patriotas"	238
Figura 73 - Publicações da página "Bolsominions Sinceros"	238
Figura 74 - Publicações na página "Somos Bolsominion"	239
Figura 75 - Publicação sem referência fílmica aos minions	241
Figura 76 - Publicação sem referência fílmica aos minions	242
Figura 77 - Publicação sem referência fílmica aos minions	243
Figura 78 - Publicação com referência fílmica aos minions	245
Figura 79 - Comportamento massivo dos bolsominions	247
Figura 80 - Discurso de Bolsonaro ecoado nos bolsominions	250
Figura 81 - Agressões por e contra eleitores de Bolsonaro	253
Figura 82 - Bolsominions, bolsolindas e feministas	256
Figura 83 - Bolsominions e feministas	257
Figura 84 - Minions do mal e bolsominions	260
Figura 85 - Bolsominion conservador	261
Figura 86 - Referência visual	262
Figura 87 - Representação dos bolsominions com o grupo	263
Figura 88 - Representação dos bolsominions com arma e roupa social	264
Figura 89 - Bolsominions e caixa 2	265
Figura 90 - Reafirmação do ser bolsominion	267
Figura 91 - Bolsominions e Bolsonaro	269
Figura 92 - Bolsominion como signo ideológico	270

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Páginas de Facebook com o termo "minions"	59
Tabela 2 - Páginas de Facebook com o termo "bolsominions"	72

SUMÁRIO

<i>Bello!</i>: considerações iniciais	12
1 Os minions dentro (e fora!) das telas de cinemas	26
1.1 O início da animação: do praxinoscópio às franquias rentáveis.....	27
1.2 Minions: produção cinematográfica vs indústria cultural.....	42
1.3 (Bolso)minions: imagem caricatural do eleitorado político	65
2 Da teoria às telas: a filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin	88
2.1 A linguagem como organismo vivo: verbivocovisualidade, enunciado e diálogo	89
2.1.1 Dimensões de linguagem: a verbivocovisualidade.....	95
2.1.2 Enunciado e diálogo: a linguagem materializada em gêneros discursivos.....	106
2.2 O signo ideológico e os reflexos e refrações sociais dos minions.....	112
2.3 Eu-outro em embate: o ser “minions” dentro e fora de diferentes telas	128
3 A febre amarela minions: produções e produtos em diálogo com a contemporaneidade	143
3.1 Sujeitos em inter-ação: minions e Gru	145
3.2 Sujeitos e consumo: as produções e os produtos da indústria cultural	191
3.3 Sujeitos e mídia(s) e as construções de sentido(s) no virtual: de minions a bolsominions.....	211
<i>Poopaye!</i>: considerações finais.....	273
Referências bibliográficas.....	278
Filmografia.....	282

***Bello!*¹: considerações iniciais**

Os enunciados estéticos, tal qual os encontramos nas esferas midiáticas, possuem uma organização interna e são formas relativamente estáveis dentro de dado gênero – como concebido por Bakhtin (2011a, p. 262). No caso da franquia² *Meu Malvado Favorito*³, *corpus* deste estudo, podemos identificar as animações como enunciados estéticos massivos do gênero filme de animação. Isso porque, em termos da teoria dialógica do discurso, não há enunciado apartado de um gênero, sendo a linguagem o local em que observamos essas questões, nas suas dimensões verbais, vocais/sonoras e/ou visuais, conforme Paula (2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b) concebe com a noção de verbivocovisualidade⁴.

Os objetivos da pesquisa são divididos em geral e específico, sendo o objetivo geral analisar, por meio dos estudos do Círculo de Bakhtin, as vozes sociais dos sujeitos minions e Gru, presentes na franquia de filmes *Meu Malvado Favorito* (2010, 2013, 2015 e 2017) e compreender a “febre amarela minions” a partir dos bens culturais massivos consumidos e produzidos, levando em consideração a produção, circulação e recepção de enunciados artísticos e midiáticos. Por objetivos específicos, temos o de estudar a construção estética do filme de animação, compreendendo a forma específica de sua realização e as relações dialógicas que representam, esteticamente, as valorações sociais do trabalhador, do chefe e do trabalho e o de analisar a construção discursiva da franquia de filmes *Meu Malvado Favorito* enquanto

¹ No dialeto dos minions, o minioneze (criado pelo diretor Pierre Coffin), “bello” significa “oi”. No dialeto, há a mistura de línguas como francês, inglês, italiano, espanhol e japonês, que soa universal.

² Entendemos a franquia como os quatro filmes produzidos até o momento: *Meu Malvado Favorito* (2010), *Meu Malvado Favorito 2* (2013), *Minions* (2015) e *Meu Malvado Favorito 3* (2017). Colocamos os quatro enunciados sob o título de uma mesma franquia pelo tema que os une, no caso, os minions. O filme *Minions* (2015) é um *spin-off*/prequela dos filmes anteriormente lançados sob os títulos de “Meu Malvado Favorito”, isso significa que ele se concentra em um aspecto particular com mais detalhes ou modifica um pouco a história e seus aspectos originais, além de ser uma obra derivada de outra já existente, que contém elementos de ambientação no mesmo universo ficcional que as anteriores, sendo que a história desta obra antecede às das obras anteriores, mostrando situações que aconteceram antes da obra original (no sentido de primeira). Com isso, já temos uma noção do tamanho sucesso que os minions fazem, uma vez que eles “saíram” do universo de *Meu Malvado Favorito* e ganharam uma obra solo para explicar a sua própria gênese, colaborando, assim, para o que chamamos de “febre amarela”.

³ No original, *Despicable Me*. Optamos por trabalhar com a versão dublada em português, e não com a versão original na língua inglesa, uma vez que nos propomos a analisar como as valorações presentes no enunciado circulam socialmente no Brasil.

⁴ A verbivocovisualidade diz respeito ao trabalho, de forma integrada, das dimensões verbal, sonora, visual da linguagem. O enunciado, constituído por elementos verbivocovisuais, pode se materializar de maneira sincrética e explicitar de forma enfática essas dimensões, como ocorre com o filme. Um filme é considerado em sua potencialidade valorativa e requer a análise da linguagem ao que tange a sua constituição arquitetônica unitária, composta por aos tópicos e conteúdos frasais (verbal), ritmo e entoação próprios da língua, trilha sonora (vocal/sonoro) e movimentos de câmera, figurino, coloração das cenas, cenografia (visual), entre outros elementos. Embora o Círculo não tenha se voltado de maneira enfática para o não-verbal (entendido como musical e imagético), deixou metáforas acerca da linguagem de maneira ampla que levam a essa leitura dupla feita por Paula (a da tridimensionalidade de linguagem e a da materialização enunciativa).

manifestação cultural de massa, a partir da sua recepção, principalmente no Brasil, por meio de publicações de páginas específicas do *Facebook*.

A perspectiva bakhtiniana de linguagem fundamenta o estudo, ao analisarmos a construção dos valores sociais em embate dialógico presentes nos sujeitos minions e Gru, com vistas a compreender as vozes sociais contrárias e contraditórias assumidas e assimiladas no interior dos enunciados e ao logo da franquia, como uma resposta – no formato de enunciado estético – às questões encontradas no solo social, na vida. Para isso, além dos filmes, por cotejo, outros enunciados relacionados à franquia fazem parte da pesquisa, tais como, por exemplo, publicações de páginas do *Facebook*⁵, para nos ajudar a conceber essa “febre amarela ‘minions’” que aparece além das telas de cinema.

A linguagem, na concepção bakhtiniana, entende arte e vida como indissolúveis e o enunciado artístico como reflexo e refração sociais, reelaborado e ressignificado para um outro plano ideológico – o da esfera estética. O que está relacionado à vida é, assim, levado ao plano da elaboração artística sob uma nova ordem de organização, não tal qual compreendida na realidade, mas de acordo com suas regras e ordens internas, uma vez que não é possível pensar, de acordo com a filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, o estético apartado de seu contexto valorativo sociocultural. Stam diz que “[...] a arte não é um simples servo, um simples transmissor de outras ideologias; em vez disso, tem seus próprios processos independentes e seu papel ideológico” (1992, p. 24). Por isso, nos é cara a análise da arte enquanto reflexo e refração de condições sociais existentes, tal qual os minions em nossa sociedade.

Com os objetivos delimitados e a fundamentação teórica da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, pensamos no eu, em processo contínuo de constituição com o outro, sempre de linguagem, como reflexo e refração das relações sociais por meio da palavra (no sentido alargado do termo). Desse ponto de vista é que estudamos e compreendemos a constituição dos sujeitos minions e Gru, como respostas refletidas e refratadas de relações e grupos sociais em embates valorativos, com suas ações contrárias e contraditórias que os definem em sociedade. A análise acerca da dialogicidade constituinte da linguagem e dos sujeitos na/da arte e na/da vida reflete sobre as relações de trabalho e consumo, de identidade e alteridade, assim como contribui com os estudos contemporâneos da Análise Dialógica do Discurso ao que se refere à organização social desses sujeitos, semiotizados em enunciados midiáticos massivos.

⁵ As páginas e publicações utilizadas para cotejo versam sobre o tema minions, seus conteúdos vão desde o cotidiano irônico e ácido, o de divulgação da própria franquia e diferentes produtos comercializados, até o político satírico.

A relevância do estudo está em pensar na pertinência da abordagem dialógica da linguagem para análise de enunciados de materialidade sincrética. Portanto, a análise proposta ultrapassa o linguístico, embora parta do verbal, a fim de mostrar como a linguagem se comporta em um dado momento sócio-histórico. Caminha, assim, para o translinguístico, uma vez que nos é cara a noção de verbivocovisualidade da linguagem, tal qual estudada por Paula (2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b). A justificativa da relevância da pesquisa, baseada na hipótese de que os minions são uma “febre amarela” na sociedade, é a de pensar a produção, circulação e recepção desse fenômeno no contexto brasileiro, que se constituiu de maneira específica ao relacionar as esferas midiáticas, econômicas e políticas, por exemplo. Enunciadas, essas práticas revelam as valorações que compõem e da qual é composta a sociedade.

Para o Círculo de Bakhtin, o sujeito é um ser enunciativo e o enunciado é, sempre, social. Aqui, pensamos tanto nos sujeitos dos filmes quanto no público consumidor ativo. O contexto de enunciação não pode ser deixado de lado, pois nutre o enunciado em sua produção, circulação e recepção, o que colabora para a compreensão do modo como estão engendradas as vozes sociais arquitetadas nos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito*, que reverberam o que chamamos de “febre amarela ‘minions’”⁶. O Círculo de Bakhtin considera que o discurso, constitutivamente dialógico, é um enunciado pleno de vozes sociais, o que provém da própria concepção de linguagem, existente na situação entre sujeitos em um tempo-espaço específicos. Um enunciado não existe fora de um gênero, de forma que ele se manifesta, socialmente, em uma forma relativamente estável de discurso e obedece a certas regras internas que lhe são alheias.

Dessa forma, cabe-nos a reflexão não só sobre o gênero filme de animação, mas também sobre o seu modo de produção, ou seja, sobre a *Illumination Entertainment* e *Universal Studios* enquanto superestruturas sociais da indústria cultural, produtoras e divulgadoras dos filmes, respectivamente. Afinal, não observamos tais fenômenos massivos em qualquer lugar, feitos por qualquer sujeito, de qualquer forma. Lidamos com empresas que possuem um projeto de dizer específico, arquitetado de maneira específica, de modo a construir uma experiência não só nos cinemas, mas estendida a outros níveis da atividade social.

Devidamente contextualizado, o enunciado é uma unidade de comunicação que reflete e refrata as ideologias. Os enunciados da franquia são, assim, incorporações de ecos, ressonâncias e reverberações de valores sociais enunciados e respondem à vida de maneira estética. De acordo com o Círculo, “[...] a obra está orientada na vida [...] por meio de seu

⁶ Observamos que, embora os títulos da franquia, de maneira geral, façam referência a Gru (o malvado favorito), a relação existente com os produtos de consumo está, mais especificamente, protagonizada pelos minions.

conteúdo temático” (MEDVIÉDEV, 2012, p. 195), o que significa dizer, mais uma vez, que a arte (o enunciado artístico) tem o seu solo na vida ao semiotizar as valorações sociais (questões da vida) com um determinado acabamento estético.

Assim é que pensamos a linguagem em vida: por meio da sua materialização nos filmes, a fim de compreender como a constituição das vozes sociais opera no plano artístico, sem deixar, contudo, de considerar que este se encontra pautado em um plano social comum em que tem o seu “nascimento”, mas é, por outro lado, reelaborado e ressignificado (pela superestrutura, na indústria cultural), de tal forma que é devolvido como produto(s) de consumo, chegando a “viralizar” e a se tornar uma febre (amarela) em um nicho específico social, sem esquecer a construção ambivalente, contrária e contraditória presente nos sujeitos dos enunciados. A constituição do sujeito eu-outro ocorre em um grupo social e, portanto, o enunciado reflete e refrata valores.

Uma das justificativas da escolha do *corpus* deve-se ao fato de que, em 2017, essa produção se tornou a franquia de filmes de animação mais rentável da história, tendo arrecadado, mundialmente, mais de US\$ 3,528 bilhões⁷ com todos os filmes, o que reflete a sua circulação social enquanto filme de animação e sucesso de vendas. Por fazerem parte de uma franquia, os filmes que constituem o *corpus* do estudo dialogam entre si e criam uma sequência narrativa no formato de uma história. Os fatos são ligados entre si, de maneira lógica e sequencial. Os três enunciados sobre *Meu Malvado Favorito* (2010, 2013 e 2017) possuem como mote o tema da ambivalência humana presente nos sujeitos minions e Gru ao que tange à vilania heroica e às relações de trabalho, trabalhador e chefe, servidão explícita, bem como ao papel de pai e de marido desempenhado por Gru, na relação que possui com as meninas (Margo, Edith e Agnes) e com Lucy (seu par romântico).

No filme *Minions* (2015), também observamos as questões do contato entre o eu e o outro, materializadas no caráter constante de serventia dos minions para com os seus chefes/patrões. O início da parceria entre os minions e Gru é abordado, funcionando, assim, esse enunciado, como uma espécie de *flashback* dentro da sequência enunciativa que constitui a franquia. Podemos observar, nesse enunciado, ainda de maneira mais específica, a temática da serventia e da vilania, pois é colocada como própria da *gênese* dos minions a servidão como típica de sua constituição.

O Gru, colocado como “meu malvado favorito”, relativiza a ideia de “malvado” ao trazer o adjetivo “favorito” junto a ele (a imagem que os minions têm dele). Há uma noção de

⁷ Informação disponível em <<http://deadline.com/2017/08/despicable-me-highest-grossing-animatedfranchise-all-time-shrek-illumination-universal-box-office-1202143599/>>. Acesso em 07/09/2017.

vilão (“malvado favorito”) construída no início do primeiro filme, em que Gru é capaz de fazer as mais diferentes maldades em nome da concretização da sua vilania na sociedade, em que ele almeja ser o maior e o melhor. Contudo, Gru, o patrão ruim e pai adotivo insensível, passa pela transformação de e começa a ser encarado como o tradicional bom herói, mesmo sendo, ainda, um patrão explorador, ajudado pelos empregados, seus servos fiéis, os minions, personagens secundárias que, servis por vontade própria, sem articulação (mal se entende o que dizem) e sádicos entre si, ganham o público que com eles se identifica.

Por meio dessa franquia notamos que uma imagem de vilão-herói e chefe/patrão é criada por meio do sujeito Gru, assim como uma imagem de servo, por meio dos sujeitos minions. De maneira ambivalente, observamos Gru deixar de ser o “vilão típico”, especialmente depois de seu contato com as filhas adotivas e Lucy⁸. Nesses filmes, é possível observar a ambivalência da vilania e do heroísmo tanto em Gru quanto nos minions à medida em que elas deixam de ser dicotomicamente divididas e passam a ser dialogicamente caracterizadas, entre si, num mesmo sujeito e entre os sujeitos enunciados. A vilania na franquia, relativizada, compactua com o aspecto cômico da obra que coloca em xeque o que é ser “malvado” ou não, fazendo isso por meio da caracterização do tom risível de Gru, um vilão-herói patrão-pai-marido carinhoso com as filhas adotivas e a mulher e também com os empregados minions.

Essa era a temática principal das animações (explícita, inclusive, nos títulos das obras), mas ela cede lugar à figura dos minions, que denunciam a imbecilidade da imagem de servidão irrestrita alienada do trabalhador que idolatra seu chefe. E os sujeitos amarelos, quase sem voz e vez passam a dominar a cena, alavancando a vendagem das produções e de produtos relacionados à franquia, assegurando o sucesso das obras. O nosso questionamento recaiu em saber se o sucesso se faz pela denúncia ou pela identificação com a alienação dos minions. Contudo, vemos na identificação sádica e, ao mesmo tempo, solidária do público com seus iguais sujeitos amarelos uma possível resposta para esse questionamento – os “bolsominions”, por exemplo, que passaram assim a se denominar como afirmação do que são.

A construção do sujeito é, para Bakhtin, realizada por meio da alteridade. O eu é constituído pelo outro, na interação com ele. O sujeito, segundo a concepção do Círculo, não é uno, dicotômico e isolado, mas sim resultado de uma pluralidade à qual está submetido. Um sujeito responsivo e responsável pelos seus atos dialógicos. Sendo assim, o sujeito não pode ser

⁸ Embora destacamos, como fio condutor da análise, os sujeitos Gru e minions, não ignoramos os outros sujeitos presentes no enunciado, como o caso de Agnes, Margô, Edith, Lucy e Dr. Nefário, por exemplo, que configuram não só com Gru, mas também com os minions, uma importante relação de alteridade e constituição do que vem a ser o sujeito “eu”.

apartado de seu tempo e espaço (cronotopo). Ele é parte de um todo, não existindo de maneira separada, mas em uma relação dialógica entre o “eu” (sujeito) e o(s) “outros(s)” (sujeitos e mundo). Não é possível pensar os minions e Gru de maneira dissociada, sem deixar de lado suas singularidades, marcadas na relação com o outro. Bakhtin, em *Para uma Filosofia do Ato Responsável* (2010), afirma que o eu e o outro são centros de valor fundamental e essencialmente diferentes. Eles são correlatos porque é em torno dessas duas instâncias que há a organização dos sujeitos.

Em *Minions* (2015), observamos que, desde o início dos tempos (isto é, antes de servirem Gru, a quem são fiéis), os minions possuem um único propósito: o de servir o vilão mais malvado da história. Antes mesmo de pensarmos na constituição dos minions em relação de alteridade com Gru, podemos pensá-los a partir da alteridade com a vilania, escolhida e procurada por eles como sua chefia, um líder a ser seguido. Por meio dessa característica, observamos como o sentimento de servidão voltada para a uma vilania, nos filmes, heroica e cômica, opera como princípio do sujeito, sendo uma resposta (valorativa), em forma de enunciado estético, ao que encontramos na vida social sistêmica (embora sob a forma de outra organização).

Os minions se tornam centrais, assim como tornam a franquia um fenômeno de vendas (não apenas dos filmes, mas também de produtos a eles relacionados – bonecos, roupas, tema de festas, calçados, material escolar, alimentos, páginas no *Facebook* etc., bem como simbolicamente, com a ideia do que é ser um minion). Portanto, os enunciados-resposta que surgem a partir dos filmes é de nosso interesse para compreender a(s) imagem(ns) de minions criadas e veiculadas socialmente, sendo um de nossos objetivos. Desse modo, os produtos de consumo acerca dos minions estão atrelados aos filmes desde a origem, bem como a própria divulgação dos filmes nos revela isso, ao espalhar as imagens dos minions pela sociedade em ações sociais – envelopamento de transporte público, comerciais televisivos etc.

O fenômeno midiático estoura como capital cultural e produto de consumo, especialmente ao se considerar a relação de trabalho existente entre eles e Gru e a sua simbologia: os minions refletem e refratam uma imagem caricatural ácida do proletariado fordista, com a qual a maioria do público se identifica, de quem acha graça, em uma confirmação tão sádica quanto a dos personagens, o que refrata um masoquismo consigo, pois, talvez, não perceba que é, o público, um minion tão alienado quanto os empregados retratados nas animações.

Ocorreu um fenômeno contrário ao que estamos habituados: o público se identifica com o proletariado, sem assumir ser da mesma classe, sem se dar conta de que ri de si mesmo, com

conflitos de grupo. Os minions vivem em função do Gru, eles o escolheram e se sacrificam pelo patrão. Riem de seus iguais quando são prejudicados e se batem o tempo inteiro. Ao mesmo tempo em que são uma massa única, têm peculiaridades e lideranças, sem perder a essência de defender quem os explora (eles não salvam ou se rebelam contra os maus tratos com experiências com seus iguais, mas se movem e lutam para salvar o Gru quando este se encontra em apuros, tornando-se, então, os grandes heróis do enredo, ainda que a fama recaia sobre o protagonista – Gru, o malvado favorito, que explora os minions e tem neles a sua mão de obra massiva). Eles não têm noção da força que possuem, não se unem contra o sistema estabelecido, mas ao contrário, procuram um líder para seguir, o pior, o mais “malvado” (essa relação fica ainda mais explícita no terceiro filme que explica a sua origem e propósito de vida).

O público não se identifica com o Gru ou com as meninas (Margo, Edith e Agnes), mas com os minions – por isso a “febre amarela”, pois eles, enquanto seres amarelos, é que estão espalhados pela sociedade. A compreensão desse processo justifica o estudo, uma vez que essa é a primeira marca histórica de um processo desse tipo, em que o público deixa de se identificar com o protagonista (Gru), que representa uma classe social mais abastada ou elevada de alguma forma (se bem que, em *Meu Malvado Favorito*, isso é relativizado, uma vez que Gru é um bandido decadente, falido, atrapalhado e de bom coração – que até oscila e acaba trabalhando para uma agência que caça vilões. De qualquer forma, ele representa o patrão explorador, mesmo que sem dinheiro).

Comprendemos o motivo dessa identificação do público com os minions ao estudá-la à luz de uma teoria materialista histórica (de viés marxista), como a filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin (especialmente marcada pelos escritos de Volochínov e Medviédev), tendo em vista que as relações dos minions com Gru são relações de trabalho, de certa forma, escravo, com suas forças centrífugas e centrípetas de reflexo e refração da vida social na arte, como entende o Círculo de Bakhtin, constitutiva do embate dialógico que caracteriza a linguagem. Tal noção nos é cara para entendermos como a ideologia compõe o signo e como os sentidos dos processos de alienação e resistência ocorrem de maneira flagrante em enunciados massivos que reproduzem e, ao mesmo tempo, denunciam relações de subserviência, exploração e mais-valia.

Os estudos do Círculo de Bakhtin, com raízes marxistas, justificam o nosso viés teórico-analítico, uma vez que nos auxiliam a pensar como a “febre amarela ‘minions’” foi produzida, circula e é recebida e ressignificada, tanto no cinema quanto em outros locais socioculturais. A expressão “febre amarela”, aqui, refere-se à ampla divulgação e circulação de filmes e de outros produtos de consumo da franquia *Meu Malvado Favorito*, que tem, nos minions, seres de

coloração amarela, uma espécie de marca registrada que viralizou. Portanto, a “febre amarela” se refere à uma viralização da imagem dos minions por meio de uma referência a cor de seus corpos e o modo como estão dispostos socialmente (em que a febre é uma presença massiva e expressiva desses sujeitos).

Uma questão que surgiu ao longo do estudo, como cotejo, e que tomou grandes proporções devido ao contexto político eleitoral brasileiro é o do termo “bolsominions”, em especial, na rede social *Facebook* que, inicialmente, referia-se, de maneira satírica, ao eleitorado político de Bolsonaro, mas que também foi ressignificada pelos apoiadores de Bolsonaro quando passou a ser utilizada para a defesa do político, feita por uma massa, em geral, evangélica, que reproduz suas ideias com argumentos considerados preconceituosos, em nome de uma determinada concepção de tradição da família, espalhando um discurso de intolerância e ódio às diferenças e ao direito das minorias, com base no conservadorismo.

A nomeação dos seguidores desse político – e não de outro – nos interessou por estar relacionada à figura dos minions, por representar um comportamento alienado desses “servos” seguidores, o que justifica a sua denominação como bolsominions, voltada de maneira cega ao candidato que defendem, entendido, por associação, como o malvado favorito dessa massa que o defende como herói – os bolsominions se referem a ele, por muitas vezes, como o “mito”. Essa questão nos interessa para mostrar o quanto a “febre amarela ‘minions’”, como epidemia, ultrapassa a esfera estético-midiática e se espalha para a político-midiática, indo além do entretenimento e da relação trabalhista, vista como além da fordista capital.

As redes sociais surgem, então, como cotejo para mostrar a forma como o cotidiano aparece nas relações de consumo (a recepção e circulação do enunciado), sendo a questão política (o termo “bolsominions”) uma forma de compreender um discurso aflorado e em voga, porque o contexto político brasileiro das eleições de 2018 o propiciou, atualizando, de certo modo, o que entendemos, socialmente, por ser um (bolso)minion. Assim, justifica-se a escolha do cotejo pela sua atualidade e por revelar formas de se comunicar e se colocar como sujeito responsivo e responsável na contemporaneidade: por meio da rede.

A importância de pensar essas relações e identificações se volta à compreensão sistêmica sociopolítica, econômica e cultural marcada pela franquia *Meu Malvado Favorito*. Pensar o sucesso dos minions nos leva a refletir sobre a ilusão de acreditar que se pode humanizar um sistema cuja essência é mercantilizar as necessidades humanas. Não é à toa que os minions ficam felizes fora do horário de trabalho (o que nos leva a pensar a folga do final de semana, a *happy hour*, o feriado, as férias, de outros, como momentos de liberdade programada, assegurada pelo sistema, em prol de maior produtividade no momento do trabalho) e

comemoram esses momentos de “liberdade” com comida, bebida, compras, diversão com jogos e sadismo com seus iguais.

Uma vez que estão no trabalho, não pensam. Agem de maneira mecânica, automatizados e robotizados, obedecendo cegamente a qualquer ordem, por mais esdrúxula que seja (como o ato de roubar a lua, no primeiro filme, por exemplo), sem pestanejar. Vibram com as ideias e palavras de Gru, ajudam-no até com suas parcas economias, além de agirem de maneira carente (pedem beijo de boa noite, por exemplo, do patrão) e não questionam sobre os atos cometidos (impacto da falta da lua no céu, se as ações solicitadas são benéficas ou maléficas etc.). Agem, simplesmente, ao bel prazer de Gru, o patrão explorador. Dessa forma, os minions simbolizam, de maneira irônica exagerada, a alienação do trabalhador proletário.

Pensando na linguagem como dialógica, o diálogo instaurado nas diferentes vozes que se refletem e refratam nos sujeitos é perceptível mediante a não-finalização de um aspecto do enunciado nele mesmo. O caráter dialético do método está embasado na tese, na anti-tese e na síntese, calcado em uma noção de movimento das ideias. Contudo, o caráter dialógico vê a síntese não como um fim, mas como a possibilidade de um novo enunciado, sem prever um fim absoluto para o movimento das ideias, mas, sim, o diálogo entre elas. Castro (2010), ao falar sobre o marxismo e ideologia no Círculo de Bakhtin, aponta que a definição e constituição dos sujeitos é feita a partir de processos, entendendo que estes são completamente dialogizados, abertos e ininterruptos. Desse ponto de vista, a dialética teria pouco ou nada a acrescentar, uma vez que

[...] aquilo que é *intrinsecamente histórico e dialógico*, portanto aberto e ininterrupto o tempo todo, não se presta a qualquer espécie de síntese conclusiva, pois a síntese é própria do olhar abstrato e idealista, aquilo que o Círculo como um todo criticou e superou em muitos aspectos [...] (CASTRO, 2010, p. 190, grifos do autor).

Dessa forma, o método dialético-dialógico, concebido na linguagem, de caráter social, está na relação de um enunciado com outros enunciados, sejam eles passados ou futuros, porque os sujeitos, bem como seus enunciados, estão em constante diálogo na vida – e as valorações que estes enunciados circulam vêm de diferentes direções, isto é, podem ser de recusa, de apoio, de afirmação, de concordância etc. a outros enunciados que também circulam com valorações iguais ou opostas a estas – e isso se dá de maneira constante, sem cessar, assim como é a interação discursiva da qual os sujeitos participam.

Pensamos os enunciados artísticos da franquia *Meu Malvado Favorito*, ao que tange ao seu todo arquitetônico, como enunciados dialógicos, respostas de passado e/ou futuro, não só à

franquia, internamente, mas a outros enunciados que surgem como cotejo. A movimentação gerada em direção e por parte do público sustenta a indústria cultural que, por sua vez, se mobiliza para gerar, cada vez mais, mais produtos de consumo ligados à franquia (como uma forma de estender a experiência com esses enunciados). E o público, ativo e responsivo à franquia, tem suas demandas respondidas em forma de enunciados como produto de consumo.

O envolvimento e a identificação com os minions tem influência direta na experiência estendida com as obras da franquia, pois o número de produtos criados a partir dos filmes é amplamente difundido no social, fora das telas. É possível encontrarmos referência aos filmes em uma gama ampla, de modo que o rosto dos minions adquiriu o valor ideológico de produto de consumo cultural. A ideologia, para o Círculo de Bakhtin, está associada à semiose (ao enunciado, portanto). Como abordado em *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (2017 [1929]), a ideologia está calcada nas representações semióticas, sendo a palavra o signo ideológico por excelência, que carrega as variações das valorações sociais. Para Volóchinov

o signo não é somente uma parte da realidade, mas também reflete e refrata uma outra realidade, sendo por isso mesmo capaz de distorcê-la, ser-lhe fiel, percebê-la de um ponto de vista específico e assim por diante. As categorias de avaliação ideológica (falso, verdadeiro, correto, justo, bom etc.) podem ser aplicadas a qualquer signo. O campo ideológico coincide com o campo dos signos. Eles podem ser igualados. Onde há signo há também ideologia. *Tudo o que é ideológico possui significação sgnica*. (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 93 – grifos do autor).

Ao ganharem espaço na sociedade com seus rostos e corpos cilíndricos amarelos, os minions viraram produtos de consumo da indústria cultural. Não há o consumo do produto por conta da sua funcionalidade e/ou utilidade, mas consome-se porque há estampado o rosto dos minions, ou seja, consome-se, então, porque é ideológico, está na moda e é massivo. Não se adquire um chinelo, um pijama, um copo ou uma bala, mas sim um chinelo dos minions, um pijama dos minions, um copo dos minions, uma bala dos minions. Assim, nesse movimento de consumo (dos filmes e além deles), os sujeitos se relacionam com os produtos físicos e simbólicos, em uma relação de alteridade que gera, também, a identidade.

Não é possível circunscrever o sentido de “febre amarela” por inteiro, uma vez que o termo provém da esfera médica e é ressignificado, aqui, para a esfera midiática⁹ e cultural como uma metáfora para pensar nos minions (amarelos – tom da sua pele) como uma febre (uma doença, um vírus) que invadiu as lojas, os supermercados, as redes sociais e outros lugares, de

⁹ A ideia de mídia e de esfera midiática, aqui e ao longo de todo o estudo, assume a noção de mídia digital, e será enfatizada como a rede social *Facebook* (por conta de nosso cotejo), oportunamente.

modo que olhamos e a febre amarela está ali – com uma ideia de minions presente. A “febre amarela” é o nome de uma doença viral, no Brasil, que no final de 2016 e início de 2017 teve um surto no país. Embora o título do trabalho não tenha relação com a esfera médica e com os acontecimentos ocorridos no país, podemos aproximá-los ao pensar na epidemia da febre amarela como uma doença que ressurgiu e assolou diversas regiões do país, como não acontecia em décadas, segundo o Ministério da Saúde¹⁰, considerada como a mais expressiva no Brasil.

Temos, assim, na figura dos minions e da “febre amarela” por eles causada, uma forma de ressurgimento como antes não havia sendo produzido com os produtos da indústria cultural. Um exemplo é a forma como os minions se instalaram socialmente e se mantêm até os dias atuais, visto que o primeiro filme referente às personagens é de 2010 e o último, de 2017, mas as suas imagens não deixaram de circular socialmente, mesmo passada a euforia da divulgação e da estreia do filme (como comumente ocorre com outros filmes). Portanto, embora não seja possível limitar os sentidos de “febre amarela”, no contexto desta pesquisa, o termo é utilizado como referência à forma pela qual os minions se espalharam pela sociedade, como sucesso de vendas e consumo midiático (simbólico e físico).

Ao voltarmos nossa atenção para o termo “minions”, após a chamada “febre amarela” no título deste estudo, notamos que a significação se volta para a referência de capangas, capachos e lacaios por conta de sua qualidade de servidão “cega”, tomada como epidêmica, doentia, fora de controle. Como mencionado anteriormente, o “eu” necessita do “outro” para constituir sua identidade. No caso, os minions não existem e se caracterizam como mão de obra massiva servil sem a presença de um vilão – Gru, ou qualquer outro com o qual eles tenham tentado se filiar, mesmo que sem sucesso.

Essa relação de servidão e de vilania está calcada em um descompasso, visto que os minions, em vários momentos e em diversas situações, atrapalham seus chefes a conquistarem feitos grandiosos. Serem atrapalhados também é uma característica dos minions, que os idiotiza com determinado tom de comicidade sádica, pois eles se acidentam e a violência física aparece como mote para o riso. Quando o vilão é, de fato, um vilão (como o caso de Scarlet Overkill, em *Minions*, 2015), notamos que os minions se unem para derrotá-lo e acabarem com o mal instaurado. Assim, os objetivos vis dos vilões entram em dissonância com os princípios dos minions, que se querem servos dos maus (logo, também seres maus), mas não conseguem sê-lo e isso cria um descompasso entre o que almejam e suas ações.

¹⁰ Informação disponível em: <<http://portalarquivos2.saude.gov.br/images/pdf/2018/marco/01/Informe-n15-FA-28fev18-d.pdf>>. Acesso em: 12/12/2019.

Há, como já mencionado, marcada nesses enunciados, uma relação hierárquica de poder entre o patrão (o vilão) e o empregado (mão de obra massiva), tal qual observamos na vida, de modo que ambos se condicionam e se modificam mutuamente. Não há somente um embate valorativo entre a voz do que é mais forte e do que é mais fraco, como também há, em uma mesma estrutura, embates e relações sádicas entre os próprios minions (dentro do próprio grupo). Eles não se caracterizam só como servos, mas trazem, em si, um sadismo, um discurso de intolerância e uma prática narcísica egoísta que são, a nosso ver, reflexo e refração do que vivemos nas sociedades atuais.

Como exemplo máximo de sadismo, temos o tratamentos dos minions entre si, logo, no mesmo grupo, entre iguais. O riso caracteriza as animações, que provém da falha do outro, de uma situação em que, notadamente, um deles “se deu mal”. Não é um rir com o outro, mas um rir do outro, a marca de um momento sócio-histórico específico, em que os erros são privilegiados em detrimento dos acertos, as “vídeo cassetadas” são populares e denotam uma mentalidade narcísica e competitiva em detrimento da solidariedade e da cooperação. Esse riso não é o riso transformador, carnavalesco do qual trata Bakhtin ao se voltar à cultura popular, mas o riso sádico sistêmico que abre espaço à intolerância e ao discurso de ódio fortuito. Ao rir dos iguais, o grupo social não se une contra o opressor, pois não se apercebe da sua força.

Assim, o riso sádico desnivela, corrobora com as hierarquias e separa os iguais, enfraquecendo-os. Tática interessante de controle e manipulação, afinal, Marx diria que as revoluções ocorreriam de baixo para cima, logo, da infra para a superestrutura, em um movimento massivo de conscientização do proletário acerca da sua força de trabalho que, como resistência, deixaria de aceitar a exploração e reivindicaria, como classe e como grupo, seus direitos, modificando a ordem sistêmica. Tomar consciência de si leva em consideração, ainda mais em uma perspectiva bakhtiniana, ver o outro como seu igual sócio-histórico, político e culturalmente. Se eu rio do outro, meu igual, estou rindo de mim mesmo, inconsciente de minha própria condição de alienação. Isso é o que ocorre entre os minions e o que acreditamos ocorrer com o público que se identifica com eles.

Em relação ao método, partimos da ideia trabalhada por Amorim (2004) de que, nas Ciências Humanas, especialmente nas teorias discursivas e, em particular, em uma abordagem bakhtiniana, não lidamos com objetos abstratos. Ao contrário, voltamo-nos a outros seres refletidos e refratados em sujeitos de linguagem, em um *corpus* construído e enunciado de um modo específico. Por isso, consideramos o nosso *corpus* um dos nossos outros, com quem dialogamos de maneira específica, em um exercício de exotopia, colocando-nos com um olhar

deslocado e descolado para que possamos compreender as valorações que perpassam nos enunciados em que se materializam.

Desse modo, o estudo segue dividido em três partes, de maneira progressiva, para discutir a ideia da “febre amarela ‘minions’” a partir da relação entre os minions e Gru nos filmes. A primeira etapa do estudo corresponde ao primeiro capítulo e diz respeito ao levantamento histórico de contextualização do *corpus*, a franquia *Meu Malvado Favorito*, compreendendo a sua produção, circulação e recepção ao que tange à indústria cultural. Há um apanhado histórico das noções de filme, de animação e de franquia para compreendermos a questão que envolve minions como fenômeno de vendagem da indústria cultural, trazemos, como exemplo, alguns produtos (físicos e simbólicos) que corroboram com essa contextualização, sendo eles os produtos licenciados pelas grandes empresas, as páginas de *Facebook* que se utilizam do termo “minions” para criar conteúdo de humor cotidiano e também as páginas que utilizam, com cunho político, o termo “bolsominions”. Aqui, as ideias de Lévy (2000 [1997]) e Jenkins (2009) aparecem como subsídio para as discussões sobre inteligência coletiva, cibercultura, cultura da convergência e transmídia.

Em seguida, na segunda etapa, que corresponde ao segundo capítulo, o *corpus* é analisado discursivamente (como as marcas existentes descritas se constituem e se relacionam com outros enunciados e sujeitos). Por ser uma etapa analítica, é voltada aos elementos verbivocovisuais materializados no *corpus*. Parte-se, aqui, dos elementos estruturais para chegar em uma análise metalinguística/translinguística, como propõe o Círculo de Bakhtin, voltando-nos para a reflexão acerca da relação entre os sujeitos nos filmes, e também fora deles, ao pensarmos no social. Trazemos, de maneira mais sistematizada e direcionada a filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, de modo que a discussão volta-se, especialmente, às noções de linguagem, verbivocovisualidade, enunciado, diálogo, sujeito e signo ideológico, feitas a partir do próprio *corpus* e também dos enunciados-cotejo.

A última e terceira etapa, que corresponde ao terceiro capítulo, é a interpretação do *corpus* descrito e analisado (quais as significações produzidas nos enunciados em questão e como eles podem, de certa forma, ilustrar a arquitetura enunciativa da franquia, bem como de que maneira se relacionam com os sujeitos, o tempo e o espaço de sua produção, assim como com a contemporaneidade, na esfera de atividade cultural midiática, onde circulam e por onde são recebidos). Tratamos da relação ideológica entre as vozes sociais do enunciado e as vozes que interagem com o enunciado, no plano social, analisando-o como um fenômeno sociopolítico, econômico, histórico e cultural da indústria cultural massiva. A “febre amarela ‘minions’” é vista a partir dos produtos e das produções em diálogo e como resposta à

contemporaneidade, levando-se em consideração os filmes, a franquia, a indústria cultural, a virtualidade e as relações que são criadas entre os sujeitos em rede.

É possível compreender, com essa divisão, como a “febre amarela” aparece, se torna rentável e quais são as relações estabelecidas com os sujeitos, ativamente. Essa divisão metodológica visa entender como se constitui e se comporta um fenômeno, pois é de dentro (do filme) para fora (na vida) que observamos como esses sujeitos se comportam e se relacionam, integrando-se, mutuamente, e condicionando-se por meio de relações de identificação (sádicas, intolerantes etc.). Em outras palavras, de que maneira a arte reflete e refrata a vida.

As etapas anteriormente descritas não são realizadas isoladamente, pois, fundamentadas no método dialético-dialógico (PAULA; FIGUEIREDO; PAULA, 2011) da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, é impossível dissociar o *corpus* estético (os filmes da franquia a ser pesquisada) da vida (em diversas esferas), bem como da teoria, que ampara e direciona o olhar da/na pesquisa, da mesma maneira que o próprio *corpus* demanda determinados caminhos a serem seguidos. Assim é que as reflexões teóricas e analíticas caminham juntas, ao longo do trabalho, dialogicamente, como é possível observar nos capítulos teóricos e analíticos, em que um remete ao outro, uma vez que nos propomos trazer o *corpus* ao mesmo tempo em que discutimos os conceitos que fundamentam a pesquisa.

1 Os minions dentro (e fora!) das telas de cinemas

Para adentrarmos no universo dos minions e do Gru, faremos uma breve contextualização acerca das produções em formato de filme, bem como de outros enunciados que utilizamos como forma de cotejo para, com isso, explicitarmos, ao decorrer do capítulo, o nosso percurso metodológico, o dialético-dialógico, realizado por cotejo. No tópico “1.1 O início da animação: do praxinoscópio às franquias rentáveis” há uma retomada histórica do cinema animado e da animação para pensarmos em como o gênero filme de animação foi ganhando espaço na sociedade, sem perder a perspectiva de sua rentabilidade (fator importante para que continuasse sendo produzido esse tipo de enunciado), bem como para pensar na própria franquia, *corpus* do estudo para, enfim, chegarmos até a forma de franquias que conhecemos hoje, que não se limitam mais só aos filmes exibidos nas salas de cinema, mas que expandem e ocupam espaços nas vidas dos sujeitos, cotidianamente, por meio de diferentes produtos-produções.

Como exemplo, no tópico “1.2 Minions: produção cinematográfica vs indústria cultural”, nós nos debruçamos, especificamente, sobre a produção, circulação e recepção dos minions – e de seu universo de ambientação – socialmente, entendendo-os como uma “febre amarela” viral e atual ainda em nossos dias, mesmo depois de já ter passado a “euforia” do lançamento do último filme. Com essa contextualização, objetivamos mostrar como os minions, junto com o seu estúdio de criação, a *Illumination*, se utilizou (e abusou) dos produtos culturais e da condição da franquia para se consolidar como um filme de animação memorável, entrando para as listas de recordes de grandes filmes.

Por fim, no tópico “1.3 (Bolso)minions: imagem caricatural do eleitorado político”, damos continuidade ao que foi abordado no item anterior, referente às mídias digitais (em específico, o *Facebook*), contudo, considerando o âmbito da política brasileira ao abordarmos a circulação e (re)significação que o termo ganhou, atrelando a imagem dos minions, construída a partir dos filmes, com a de um posicionamento político alienado, observado atualmente. Com isso, além de contextualizarmos a franquia não só ao que tange aos filmes, mas também às respostas geradas a partir deles (sejam elas licenciadas/oficiais ou não), mostramos como, espaço-temporalmente, o discurso ganha novos sentidos a cada novo uso na sociedade, isto é, como os minions saem das telas de cinema para ganhar, fora delas, outros espaços sociais, como outros tipos de tela pelas quais os sujeitos se comunicam.

1.1 O início da animação: do praxinoscópio às franquias rentáveis

Embora, hoje, possamos falar do filme de animação como um gênero consolidado, concebido como arte, com diretores, produtores, estúdios e distribuidoras de sucesso, ao longo da história isso foi sendo testado, acertado e modificado até chegarmos ao cinema e aos filmes de animação conhecidos atualmente. A questão da produção foi o que mais dificultou consolidar o cinema como arte, sendo que só quando foi possível projetar fotografias de maneira contínua em uma tela que o cinema pôde ter uma linguagem própria e fazer arte para consumo industrial, de acordo com Barbosa Júnior (2005, p. 18). Ainda, só com o advento do filme de animação – o caso do nosso *corpus* – é que o universo plástico pôde se desvincular (em termos de restrição) das imagens capturadas da realidade, uma vez que a animação permitia o uso de formas ilimitadas das artes gráficas, explorando as características cinematográficas de um filme.

A animação possibilita a criação de mundos paralelos e imaginários, em que as personagens, enquanto sujeitos, possuem vida própria e vivem diferentes aventuras, ao mostrar uma nova possibilidade de contar histórias: de maneira lúdica e fluida, ao mesmo tempo em que rompe com sequências lógicas e abre espaço para novos tipos de formas e representações do sujeito na animação. Pensando nos filmes elencados como *corpus*, podemos observar em que medida essa ludicidade desempenha um papel fundamental para que haja uma verossimilhança entre o que está na obra e a sua ambientação (o “mundo real”), se pensarmos que há a interação entre sujeitos considerados humanos convencionalmente (Gru, Margo, Edith, Agnes, Lucy, dr. Nefário, entre outros) e não-humanos convencionalmente (os minions) – possibilitado, portanto, pelo gênero animação (não só o filme), ao criar novas formas de lidar com o “real”.

É o trabalho de Émile Reynaud que lança a animação na esfera do espetáculo, segundo Barbosa Júnior (2005, p. 36), com a criação do praxinoscópio, em 1877, embora já houvesse outras expressões de animação anteriores à sua criação, como a lanterna mágica (século XVIII), o taumatoscópio (1825), o fenaquistoscópio (1828-1832), o estroboscópio (1828-1832), o zootoscópio (1834), o livro mágico (1868), entre outros. Essas criações são o resultado da aplicação de princípios científicos sem o caráter artístico, de modo que Reynaud é considerado o precursor, por estar não só envolvido com o engenho técnico, mas também com o talento artístico.

Em 1892, Reynaud abre o Teatro Óptico, em que os filmes, chamados de “pantomines lumineuses”, tinham a duração de 15 (quinze) minutos, com desenhos coloridos, com enredo, trilha sonora sincronizada e personagens com movimentos adaptados ao cenário. Reynaud, junto à sua invenção, fez cerca de 13.000 (treze mil) apresentações, funcionando até cinco anos

após a invenção do cinema pelos irmãos Lumière, em 1895, de acordo com Barbosa Júnior (2005, p. 37).

Ainda que tivesse a sua linguagem própria (os desenhos eram baseados na observação do movimento que resultaram em conceitos básicos capazes de proporcionar encenação convincente às figuras criadas no papel), a arte da animação contava com um processo de confecção artesanal anacrônico, como apontado por Barbosa Júnior (2005, p. 19), havendo um certo tipo de entrave para “[...] se atingir um regime de produção equivalente ao potencial expressivo dessa arte” (p. 19). Dessa forma, como observado, a técnica não caminhava junto ao modo pelo qual os artistas concebiam a sua arte, dificultando, inclusive, a sua difusão enquanto arte.

Por volta de 1908, técnicas de animação que exploravam a novidade dos efeitos já encontravam o seu declínio, justo quando o mercado era inundado por uma avalanche de filmes desse tipo, visto que produtores e distribuidores não hesitavam em plagiar e piratear uns aos outros, encontrando, como resultado, a saturação do público, que deixou de consumir esse tipo de cinema, segundo Barbosa Júnior (2005, p. 44). Para tanto, a animação teve de “[...] voltar-se para modelos artísticos tradicionais relacionados à produção visual e que, de preferência, lidassem com o movimento através do tempo, de maneira a formar sua própria identidade visual” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 45).

São as artes gráficas que fornecem o material necessário por meio das histórias em quadrinhos para que a animação voltasse a ter o seu prestígio, a exemplo da produção dos irmãos Lumière, que foram os pioneiros em filmes narrativos, com *Arroseur et arrosé* (1895), baseado nas tiras de Christophe (GEORGES COLOMB, 1889). Essa influência das histórias em quadrinho é ainda mais expressiva nos Estados Unidos, onde elas prosperaram como mídia de massa atrelada aos grandes jornais e onde o cinema se desenvolveu como indústria (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 47). Dessa forma, segundo Barbosa Júnior, também foi possível que as séries cinematográficas, que exploravam as personagens dos desenhos, também surgissem, tendo, em Richard Felton Outcault, o início do *merchandising* nas telas de venda, vinculando, em 1902, sua personagem das tiras, Buster Brown, trazendo-lhe fama e fortuna.

Como é possível observar, um local (Estados Unidos) e uma ação (exploração de personagens de desenhos) são os indicativos do que vivemos, até hoje, em questão de produções e produtos culturais advindos das telas de cinema, por meio da animação. Não fortuitamente, Hollywood, local onde se concentram grandes empresas cinematográficas e fílmicas, está localizada nos Estados Unidos, mantendo um grande negócio que rende fama e fortuna até os dias atuais, por meio de um modelo de vendas vinculados às personagens animadas. Desse

modo, pensar os minions (ou qualquer outro fenômeno de bilheterias e vendagens) e o seu processo de popularização não é novidade, se pensarmos que o início do *merchandising* nesse ramo data do início do século passado. Contudo, é interessante olharmos para esses processos, que já ocorrem há determinado tempo, e compreendermos como os sujeitos estão inseridos neles (produtores e consumidores, ativos).

Por volta de 1907 a 1908, a animação começa a deixar de ser algo que maravilha os espectadores em termos de feito técnico e passa, portanto, a ser uma arte autônoma. Nesse período, surgem nomes como Emile Cohl que, em suas animações, explorou “[...] a profundidade virtual do espaço tridimensional através do tratamento ilusório do escorço e do jogo perspectivo” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 51), e Winsor McCay, cuja imaginação e percepção da dimensão artística da animação permitiram transpor para a tela seu sofisticado estilo gráfico, diferente do de Cohl, simplificado para convir à produção de milhares de imagens.

Com isso, o público consumidor passou a ver na animação não mais uma categoria de *trickfilm*¹¹ (como no início dos anos 1908), mas “[...] um tipo de arte com características próprias (um filme composto de desenhos), que rapidamente ia definindo sua linguagem”, segundo Barbosa Júnior (p. 56). Em 1912, McCay produz *How a Mosquito Operates*, deixando de trazer personagens já conhecidas pelo público e apostando na ênfase da narrativa, não no movimento pelo movimento, como vinha sendo feito.

O mosquito, Steven, criado por McCay, foi colocado em uma dimensão superior do imaginário, ao ganhar ações, fraquezas típicas do ser humano, deixando de ser só um inseto. Segundo Barbosa Júnior (2005), o mosquito estabelecia uma empatia com a plateia, que o compreendia e com ele se identificava, ganhando personalidade e, assim, abrindo as portas para o desenvolvimento da indústria do desenho animado. Em 1914, com *Gertie the Dinosaur*, considerado o primeiro grande marco da história de animação, McCay estabelece “[...] as bases da personagem de animação, delineando sua personalidade por meio de um trabalho de concepção visual integrado a movimentos típicos que lhe dão estilo e criam condições para sua individualização” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 59).

Nesse momento (e assim observamos até hoje), personagens começam a cativar o público por meio de um trabalho mais elaborado de suas personalidades, fazendo com que o público pudesse, então, se identificar com o que viam nas produções. Contudo, as produções esporádicas de animação, como o caso de McCay, não permitiam que houvesse o

¹¹ Curtas-metragens sem sons, projetados para apresentar efeitos especiais inovadores na animação.

desenvolvimento de um mercado que desse sustentação ao processo de produção, visto que era demorado e caro, assim como também faltava uma atenção dada à animação pela imprensa, tendo que obter respeito profissional, criar audiência e se desenvolver enquanto filme. Segundo Barbosa Júnior, “para produzir animação de maneira rápida e barata, a fim de atender a prazos e orçamentos curtos, surgem os *estúdios de animação*, apoiados em novas técnicas e organização empresarial” (2005, p. 61 – grifos do autor).

O desenvolvimento técnico e artístico da animação, entre 1910 e 1940, permitiu a produção em larga escala, principalmente nos Estados Unidos, iniciada antes da eclosão da Primeira Guerra Mundial que, segundo o autor, foi um fato que contribuiu para fortalecer a emergente indústria cinematográfica estadunidense como um todo, pois não se deparou com a concorrência de produções europeias, estabelecendo uma hegemonia na produção audiovisual em todo o Ocidente. Desse modo, observamos como a animação, enquanto gênero discursivo, não era produzida nem distribuída em termos de igualdade, ao pensarmos no consumo do público, pois quando havia um ganho (inovação) na área, outra dificuldade aparecia.

A introdução de procedimentos administrativos, até então, alheios aos estúdios de animação, trouxe uma revolução na prática artística, na disseminação da obra de arte – o filme de animação – e na sua influência popular. Quando a animação começou a ser tratada como um negócio, revelando a anulação criativa do artista, que se sujeitava a padrões uniformes de representações gráficas, necessários à produção em larga escala, ela, então, começou a ser motivo de preocupação, segundo Barbosa Júnior (2005). John Randolph Bray foi um empreendedor em termos de inovação, eficiência e organização na produção de filmes de animação, vislumbrando que seria necessário competir por mercado com os filmes de ação ao vivo, lançados à proporção de dois programas por semana.

Segundo Barbosa Júnior (2005, p. 63), conseguir essa regularidade na produção era a condição básica para a animação prosperar, sendo que Bray implementou princípios científicos de gerenciamento (à moda das teorias de Frederick W. Taylor) sobre produtividade no trabalho. Dessa forma, as produções deixaram de depreender esforços em detalhes na criação e houve a divisão do trabalho (e não mais o trabalho individual), a proteção dos processos por meio de patentes e o aperfeiçoamento da distribuição e *marketing* dos filmes. Para ele, “com as condições proporcionadas pela organização empresarial da produção e pelas técnicas que tornavam menos oneroso o trabalho repetitivo, surgiam as séries de desenhos animados com personagens destinados a marcar épocas” (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 65). Junto a esse cenário, a inovação de Earl Hurd, no final de 1914, sobre o acetato (desenho sobre folhas de

celuloide transparente), vai contribuir para a técnica da animação tradicional até o advento da computação gráfica.

Em 1915, a rotoscopia, um artifício que obtinha movimentos realistas no desenho, inventada pelos irmãos Max e Dave Fleischer, foi uma descoberta que repercutiu nos sistemas produtivo e artístico da animação, possibilitando com que personagens como Betty Boop e Popeye fossem criadas, tempos depois. Todas as técnicas até então conhecidas estavam subordinadas às necessidades expressivas dos artistas, e as inovações e conquistas, que apareciam, eram incorporadas e retrabalhadas com a adequação das personagens e sua empatia. Barbosa Júnior afirma que os procedimentos técnicos se encontravam plenamente difundidos nessa época e que “devido a esses desenvolvimentos, as *séries de personagens* se impõem no mercado. A competição entre os estúdios, que se multiplicavam, tornara-se um vício” (BARBOSA JÚNIOR, p. 72 – grifos do autor). Segundo o autor,

as séries de personagem se encaixam com perfeição a esse momento em que havia uma demanda por produções de massa e uma conseqüente necessidade de uniformização da animação, que ajudasse o público na compreensão das histórias. É o público que exige a manutenção de personagens, num processo natural de identificação. E, da mesma forma que no cinema de imagem real [...], os produtores de animação satisfazem esse desejo de se ver o mesmo herói em vários filmes.

É claro que, nessas circunstâncias, se ativa um poderoso processo de retroalimentação, em que os anseios do público influenciam a arte, e vice-versa (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 74).

Um bom exemplo de uma personagem animada que ultrapassou barreiras de classe social e idade, bem como tornou-se sinônimo de sucesso, é o gato Felix, criação de Otto Messmer, na década de 1920. Suas comparações com o comportamento humano, encarnando as múltiplas facetas da personalidade humana, davam uma riqueza à personagem em contraponto ao maniqueísmo das personagens de Walt Disney, naquela época. Desse modo, temos a noção de como o público é determinante, desde os primórdios da animação, para a sua consolidação enquanto gênero¹².

Havia, contudo, uma necessidade de desenvolver métodos alternativos para a produção de animações, mas os Estados Unidos estavam completamente dominados pelas séries de personagens, em desenhos animados, o que não deu margem para a inovação, até meados dos

¹² Mais adiante, ao pensarmos na indústria cultural, tal qual Adorno e Horkheimer pontuam, a ideia de sujeito consumidor ativo (e não passivo) é trazida para a discussão, levando as concepções de sujeito do Círculo de Bakhtin em consideração, para, enfim, pensarmos em como a ideia de cultura participativa, presente na era da convergência, é atualizada para os nossos dias, ao observarmos como fenômenos, como a febre amarela “minions”, atuam em nossa sociedade.

anos 1940, quando começam a surgir trabalhos com animação tridimensional, com George Pal, e teve sua expressão com Norman McLaren, no início dos anos 1950. Segundo Barbosa Júnior (2005, p. 95), “grandes estúdios, como Warner, imaginava que toda indústria do cinema mudaria para esse sistema – e investiram nessa tecnologia. Mas, tão rápido como apareceu, a moda do 3D sucumbiu”. Embora houvesse um impacto, o público perdeu o interesse, forçou não só estúdios, como também artistas a não explorarem mais esse tipo de filme.

Walt Disney surge, nesse período, com a sensibilidade artística e a noção de cinema enquanto arte, aliadas à exploração como entretenimento, contribuindo para que ele e seus artistas filiados estabelecessem os conceitos fundamentais da arte da animação – que foram utilizados posteriormente por diversos estudantes da área da animação. Walt Disney, além da capacidade artística, tinha também a capacidade empresarial, o que viabilizou a criação de produtos que se destinassem ao consumo de massa, consolidando-o como um nome expressivo do filme de animação no século XX. De acordo com Barbosa Júnior, Walt Disney

[...] ficava livre para desenvolver estratégias de produção, conceber dispositivos e promover aperfeiçoamentos para agilização e expressão gráfica, definir temas e decidir propostas, levantar recursos financeiros e elaborar o *marketing*, proporcionando aos animadores as condições para se dedicar (sem outras preocupações) às questões exclusivamente artísticas (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 103).

Embora Walt Disney não tenha criado o gênero filme de animação, ele é reconhecido pela aprimoração de sua técnica, além de ter criado um estilo autoral de produção que o consolidou na história do desenho animado. Entre 1928 e 1929, ele criou o Mickey Mouse que tão logo começou a figurar em alguns desenhos, sendo que, na década de 1930, com a criação dos Clubes do Mickey Mouse, o lançamento da primeira tirinha e o *merchandising* destes, em conjunto, dão uma popularidade à personagem que, até os dias atuais, mantém a sua fama. Como podemos observar, o desenho animado, por si só, não alavanca uma personagem, uma franquia ou um produto, contudo, a sua extensão e proliferação para outros meios e plataformas o levam para resultados de sucesso em termos de números, diante da indústria cultural.

Em 1933, com o lançamento de *Os três porquinhos*, há o aparecimento de personagens fisicamente parecidas que revelam sua personalidade pelo modo de agir e, por meio da encenação, o espectador sente a emoção da personagem, identificando-se e se envolvendo com ela. Nessa produção, fica clara a necessidade do departamento de *layout*, diante da crescente exigência do público, passando a existir as fases de concepção gráfica das personagens, figurino, cenários, cores e iluminação dos ambientes, antes da produção da animação

propriamente dita, como vinha acontecendo. Assim, esse departamento passa a ser um aspecto decisivo para o sucesso de um projeto (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 109).

A produção de *Branca de Neve e os sete anões* (1937) também foi um marco na história da animação, por ser o primeiro longa-metragem produzido. Também é um marco se pensarmos que ultrapassou gerações com uma de suas canções principais (a música-tema dos sete anões) como trilha sonora de brincadeiras infantis, além de suas personagens (que receberam um trato de caracterização bem elaborado) se manterem vivas até hoje, pela figura da bruxa, sinônimo de maldade e vilania, e os anões, como peças decorativas de jardins residenciais em boa parte do mundo (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 119). Ou seja, as personagens animadas não se limitaram, desde as décadas passadas, às telas de cinema, mas foram ganhando espaço por meio de ressignificações, cada vez mais, na sociedade. Dessa forma, não é exclusividade dos minions, a proposta de nosso estudo, serem personagens que saem das telas de cinema e ganham a sociedade, mas eles são uma possibilidade (dentre outras) de observarmos como isso ocorre atualmente.

O sucesso que as produções de Disney vinham encontrando fez com que surgisse uma pressão por parte de distribuidoras, como a *Paramount*, diante de seus artistas, os Fleischer, por exemplo, para que fizessem produções similares. Disso, resulta personagens como Betty Boop e Popeye, que não possuem a mesma personalidade, em termos de *design* e atuação, das personagens de Disney. A inovação desejada surgiu quando um grupo de animadores partiu dos princípios artísticos estabelecidos por Disney, explorando-os em diferentes direções, sendo, por fim, contratados pela *Warner Brothers* e MGM, dois estúdios que desafiavam a liderança de Disney, levando a animação ao patamar de comédia exagerada, com personagens como Pernalonga, Patolino, Frajola, Piu-Piu, dentre outros (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 124-5).

Assim, a partir dos anos 1940, a *Warner Brothers*, junto desses personagens, é um dos estúdios referência na área de animação, passando a ser denominado como indústria de desenho animado, levando em consideração a sua produção e difusão, torando-se pioneiro na área de animação de curta duração, próprio à televisão, passando a dominar essa indústria pelos anos subsequentes, enquanto a Disney se consolidava na produção de filmes de animação (MALTIN, 1987 *apud* SALGADO, 2005, p. 73-4). Entretanto, embora os artistas encontrassem sucesso com as personagens citadas anteriormente, foi a criação da *United Productions of America* (UPA) que trouxe a revolução para a animação, com personagens como o Mister Magoo, inaugurando uma vertente expressiva independente da influência das produções do estúdio *Disney*, ao ponto de surgir a expressão “estilo UPA”, contrastante com o “estilo Disney”, segundo Barbosa Júnior (2005, p. 128). Com o advento e popularização da televisão, a trajetória

da animação passa a ser alterada, fazendo com que o desenho animado, em 1949, seja altamente produzido, em contraste com o que vinha sendo feito antes, tornando-se a animação uma distração para o público infantil, mediante um caráter interativo com as personagens do programa (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 135) – o que não era a concepção inicial da animação, restringir-se a um só público, mas atingir o maior número de pessoas.

Em contrapartida, no final dos anos 1950 e início dos anos 1960 surgem, segundo Barbosa Júnior (2005, p. 136) sob o sistema Hanna-Barbera, personagens produzidas a baixo custo, em movimento simplificado e com histórias mescladas de aventura e comédia, como Zé Colméia, os Flinstones e os Jetsons, mostrando a eficiência de estúdios produzirem animações com qualidade satisfatória a partir de um orçamento reduzido – o que vinha se mostrando tarefa difícil diante das produções de Disney. Com isso, os Flinstones caíram no gosto público, sendo a primeira série animada a ser exibida em horário nobre, nos Estados Unidos, tornando-se um hábito acompanhar as suas aventuras.

Desse modo, observamos como houve, em pouco tempo, uma mudança no público da animação, sendo direcionada aos adultos, mas antes dominada pelo infantil (contudo, essa separação de públicos não era almejada pelos produtores e distribuidores, como vimos anteriormente). Uma ressalva feita nesse período, pelo autor, é a quantidade de desenhos animados produzidos e direcionados ao público infantil, sem levar em consideração os aspectos artísticos que vinham sendo consolidados na área, fazendo com que houvesse “[...] a decadência gradual dos seriados, uma acumulação de produções completamente anônimas a serviço do *merchandise* de fabricantes de brinquedos e/ou produtos licenciados os mais variados” (2005, p. 137).

De acordo com Barbosa Júnior (2005, p. 144), os artistas independentes estavam à margem do mercado comercial, de modo que se encontravam mais livres para realizar experimentações fora do proposto por um estúdio comercial (especialmente no caso da animação, em que a maioria dos estúdios era limitada financeiramente). Um exemplo é o estúdio de Disney que, embora investisse em pesquisa, sempre teve a preocupação de sobrevivência no mercado como um fator limitante em suas animações, de forma que não ia muito além na inovação, com a ressalva de não agradar ao público.

Embora a animação tenha chegado ao seu amadurecimento artístico, faltava, entretanto, uma técnica que facilitasse a produção da animação ao eliminar a criação de cada desenho, sem que, com isso, perdesse a concordância visual. Disso decorre o surgimento da computação gráfica, que permitiu ao filme de animação experimentar uma verdadeira revolução, segundo Barbosa Júnior (2005, p. 19). Coube à computação gráfica o papel de flexibilizar as ferramentas

de geração e manipulação de imagens, sendo possível usar computadores na concepção de produções artísticas nos mais diferentes formatos.

Imbuído da crença no potencial do computador como instrumento de criação artística, John Whitney, por volta de 1950, construiu o primeiro equipamento de computação gráfica com fins artísticos, segundo Barbosa Júnior (2005, p. 201), e realizou os primeiros filmes com o auxílio de um computador. Contudo, esse advento também não foi capaz de dar conta da técnica necessária à animação, como aponta o autor:

A animação, [...] após os anos de ouro dos Estúdios Disney (décadas de 1930 e 1940), a despeito de sua popularização através da televisão e introdução de inúmeras técnicas experimentais que resultaram em filmes marcantes de grande beleza, continuava refém de seu extenuante processo de realização, que limitava esta arte tanto em termos quantitativos quanto em termos de possibilidades estéticas. A computação surge para a animação como a saída para esse obstáculo, mas volta a repetir-se o ciclo histórico do necessário desenvolvimento técnico para uma posterior e efetiva aplicação de princípios artísticos (BARBOSA JÚNIOR, 2005, p. 28).

A partir de 1980, contudo, a arte começou a ser produzida digitalmente, período marcado pela diversidade e complexidade dos acontecimentos na computação gráfica. Esse período possibilitou que a animação se consolidasse e, junto dela, consolidassem, também, os estúdios que empregavam os artistas de animação, de modo que não houve mais grandes empecilhos para a produção de uma animação como existia antes da computação gráfica, fazendo com que fosse consolidada a animação e seus artistas, a partir de técnicas vistas e conhecidas até hoje.

Maltin (1987, *apud* SALGADO, 2005, p. 76) ressalta que, em 1985, a indústria do desenho animado se apresenta como um negócio atrelado ao consumo de brinquedos, principalmente, de tal forma que os produtores de animação passaram a trabalhar em parceria com os produtores de brinquedos. Cada novo personagem de desenho animado lançado ganhava a sua correspondência em formato de brinquedo, nas lojas. Dessa forma, a animação passou a ser um negócio rentável para a grandes empresas de consumo. Segundo a autora,

A criação de um personagem, atribuindo-lhe vida e identidade, tarefa que se define como medula-óssea da animação, fica agora submetida às encomendas advindas das grandes corporações responsáveis por lançamentos de brinquedos no mercado. Nesse contexto, a animação transforma-se em uma indústria, que [...] faz de seus personagens mercadorias a serem consumidas tanto na versão animada quanto sob a forma de brinquedos e *gadgets* (SALGADO, 2005, p. 76).

Como podemos observar, não é recente a prática de atrelar uma personagem a um produto de consumo, como temos buscado analisar a partir dos minions, em que as personagens saem das telas de cinema e ganham a sociedade, como as lojas, nos mais diferentes segmentos. Foram anos de tentativas e erros, como vimos, para chegar até as práticas que conhecemos hoje, referentes às animações, isto é, para se consolidarem como um produto próprio para consumo, tanto enquanto filme, como produto advindo da indústria cultural. Com o passar dos anos, os produtos e as formas de consumo foram se aperfeiçoando e ganhando, cada vez mais, mais espaço entre os sujeitos e suas vidas, não se limitando somente aos brinquedos, como inicialmente foi um marco na década de 80, mas extrapolando esses limites e atingindo, também, adultos, com linhas de produtos voltadas a esse público específico e expandindo, também, o consumo infantil, com festas temáticas de personagens, roupas e sapatos, por exemplo.

A ilusão 3D, enquanto técnica, marcou o período de produções de animação, de modo que as tecnologias digitais abriram possibilidades que foram, gradualmente, incorporadas pelos estúdios. Em 1982, o estúdio de Disney lança *Tron*, o primeiro longa-metragem utilizando computação gráfica, destacando-se como hegemônica nesse quesito, embora outros estúdios começassem a ser expressivos nesse período. Nesse momento, a técnica dominante no mercado era o CGI, utilizada em muitas produções da *Pixar Animation* e *Disney*, bem-sucedidas no âmbito da crítica e do comercial, como *Toy Story* (1995) – um marco para a história da animação do estúdio –, “Procurando Nemo” (2003) e *Os Incríveis* (2004). Os estúdios investiram na animação por computador e nomes como *20th Century Fox Animation* e *DreamWorks Animation SKG* foram reconhecidos pela crescente sofisticação tecnológica, comprovados pelos resultados nas bilheterias, validando o CGI comercialmente.

Do estúdio *DreamWorks Animation SKG* decorreu o sucesso da produção *Shrek* (2001), consolidando o estilo inovador, assim como da *20th Century Fox* decorreu o sucesso *A era do gelo* (2002). Com essas produções, os investimentos nos filmes de animação foram cada vez mais intensificados, até chegarmos à ideia de franquia rentável, com a qual concebemos o nosso corpus, *Meu Malvado Favorito*. Assim, observamos como as técnicas, mediante avanços tecnológicos, abriram espaço para outras estúdios de animação em Hollywood, de modo que não só o estúdio *Disney* estivesse em alta como a principal fonte de filme de animação para o público.

Diante desse breve percurso pela história da animação, podemos chegar ao minions, ao seu estúdio de criação e aos processos envolvidos em sua produção, de forma a compreender como o cenário atual da animação está embasado em práticas passadas (muitas vezes, de

tentativa e erro, até chegar ao “acerto”) que foram consolidando nomes na animação, mas também técnicas e formas de se produzir. Como é possível observar, questões como respaldo do público e *marketing* foram, por muito tempo, os indicadores de sucesso de personagens animadas, bem como é possível ver como isso levou à criação de séries de desenhos animados, que traziam, recorrentemente, a mesma personagem e ambientação para a história de animação. Nisso, o público tem seu papel enquanto sujeitos consumidores ativos, uma vez que os estúdios de animação, ao responderem suas demandas por meio das criações, não só garantem um nicho de fidelidade, como também veem seu processo de criação atrelado ao gosto do público, sendo que se não lhes interessa, não gera lucro e, se não há o lucro, não há como continuar produzindo nos moldes vigentes (indicador de sucesso ou fracasso de bilheteria, de fenômeno ou consumo momentâneo, por exemplo).

Com os minions, defendemos a ideia de um fenômeno, a “febre amarela ‘minions’”, por observarmos como esses sujeitos estão presentes nas mais diferentes esferas: artística, propagandística, midiática e política, sendo que essas esferas se entrecruzam e se alimentam uma da outra, como veremos nos tópicos a seguir, fazendo com que as imagens cilíndricas amarelas dos minions sejam uma constante em nossa sociedade, de modo que, mesmo sem conhecer os enunciados como um todo, enquanto franquia de filmes, consumimos os produtos advindos da obra estética, resignificando suas imagens de acordo com o momento sócio-histórico vivido, possibilitado pelas inovações de anos atrás, em que a animação era subjugada enquanto arte e não tinha o devido espaço na sociedade – e, como vemos hoje, só ela movimenta um capital específico em termos de indústria cultural.

Ao falarmos sobre essas esferas, noção essa bakhtiniana, pensamos em como elas estão interligadas por estarem relacionadas à vida. Grillo diz que no texto “Os gêneros do discurso” (2011a) é difícil, para Bakhtin, teorizar sobre os gêneros discursivos devido à grande diversidade das esferas da atividade humana, ao mesmo tempo em que ele demonstra a importância da noção de esfera para compreender os gêneros (2006, p. 145-6). Desse modo, ao pensarmos a questão das esferas ao que tange aos objetivos do nosso estudo, vemos que há uma relação entre diferentes esferas que possibilita, assim, a criação de enunciados específicos que circulam socialmente por meio de um gênero discursivo que, por sua vez, está relacionado com as formas de funcionamento específicas de sua esfera de criação. A esfera midiática abarca, por exemplo, enunciados como o filme (veiculado em salas de cinema), a franquia (enquanto vários filmes em sequência narrativa, mas também como produtos culturais que a ela se relacionam), as redes sociais (páginas de *Facebook* que circulam publicações de minions e bolsominions), dentre tantas outras possibilidades.

E, a partir dos exemplos anteriormente citados, podemos observar como a esfera midiática não está unicamente constituída por enunciados de uma só natureza, mas também por outros. A esfera midiática, pensando nos filmes e na consequente franquia criada com a figura dos minions, está intimamente ligada aos aspectos cinematográficos e econômicos, que dizem respeito à produção do filme e também ao seu lucro. Portanto, desde a origem do filme (antes mesmo dele ser, de fato, um filme e veiculado enquanto história) há uma relação entre diferentes esferas que o constitui. E é dessa forma que diferentes outras esferas se relacionam e criam diferentes outros sentidos socialmente, como propomos com a ideia de “febre amarela ‘minions’”, ao pensar que a imagem dos minions se ressignifica socialmente, midiaticamente, economicamente e politicamente.

Pensar os minions enquanto frutos de negócios bem-sucedidos, ao que tange à ideia de indústria cultural, nos interessa por compreendermos, nessa esfera midiática e também na publicitária e na econômica, o modo como os minions são rentáveis e, assim, tornam-se um fenômeno de consumo e roubam a cena do malvado favorito (Gru) – título da franquia. O estúdio de animação em que os minions estão inseridos é a *Illumination Entertainment*, fundada em 2007 por Chris Meledandri (ex-presidente de animação da *20th Century Fox*), que atua como parte da rede de entretenimento da *Universal* e que produz de um a dois filmes por ano, desde 2010, o que é considerado um número baixo, se pensarmos em termos de produção massiva a qual os estúdios estão vinculados. A *Illumination* é independente e detém o poder criativo sobre suas próprias produções, enquanto a *Universal* detém os direitos exclusivos de distribuição das animações em diferentes mídias.

Em 2010, a *Illumination* lançou sua primeira produção, *Meu Malvado Favorito*, apresentando os minions, ainda que de maneira secundária, ao mundo. A equipe técnica é composta pela direção de Chris Renaud e Pierre Coffin, produção de Chris Meledandri, John Cohen e Janet Healy, roteiro de Cinco Paul e Ken Daurio e a história é de Sergio Pablos. Nessa produção fílmica, Gru é apresentado como um super-vilão acostumado às mais diferentes façanhas, tendo o seu ego ferido quando é anunciado o roubo da pirâmide de Gizé, não cometido por ele. Portanto, seu mais recente plano, junto com a ajuda dos minions e do dr. Nefário, é o de roubar a lua para que volte a ser considerado um vilão relevante socialmente.

Para tanto, ele vê em três meninas órfãs uma possibilidade de alavancar seu plano, então as adota, com intenções vis mas, aos poucos, torna-se afeiçoado a elas, ao mesmo tempo em que precisa manter a sua imagem de super-vilão dentro da sociedade. Vector, nessa trama, aparece como o rival de Gru, de modo que ele precisa reunir forças para combatê-lo e se consolidar como o super-vilão que é – ou que acredita ser. Os minions, nesse filme, são

trabalhadores do laboratório de Gru e respondem ao seu chamado prontamente, seja para o que for: produção de armamento para vilania, cuidar das crianças e da casa, dentre outras funções que eles desempenham não só nesse, mas também nos outros filmes.

Ainda que a *Illumination* lançasse outras duas produções após o primeiro filme da franquia, foi *Meu Malvado Favorito 2*, em 2013, que consagrou altos valores para o estúdio, em termos de retorno financeiro. Continuando a história de Gru, suas filhas adotivas e, claro, os minions, o filme se tornou o maior sucesso da história da produtora até então. Também com a mesma equipe técnica da produção anterior, nesse filme, Gru mudou o curso da sua vida vilânica e se dedica às três filhas adotivas. Ao mesmo tempo, surge a oportunidade de integrar a equipe da AVL (Liga Anti-Vilões), para salvar o mundo de vilões como ele era antigamente, junto da agente Lucy. Nesse filme, Gru e Lucy precisam localizar El Macho, o vilão que roubou a fórmula PX41 e está transformando os minions em minions roxos do mal – e, assim, criando um exército indestrutível. Embora o rumo de vida de Gru tenha mudado, os minions continuam a seguir fielmente seu malvado favorito – mesmo que ele não seja mais um vilão como nos tempos passados.

Diante dos números favoráveis, o estúdio lançou, em 2015, *Minions*, um *spin-off*/prequela dos dois filmes anteriores e diretamente ligado à franquia. *Minions*, atualmente tem o recorde de segunda maior bilheteria da história da animação, atrás de *Frozen* (2013), da *Disney*. Nesse filme, sob a direção de Pierre Coffin e Kyle Balda e escrito por Brian Lynch, baseado nas personagens criadas por Sergio Pablos (também presente nos filmes anteriores), os minions são apresentados em sua gênese, mostrando que sua missão milenar é só uma: servir o maior vilão da história. Até chegarem a Gru, em meados dos anos 1960, os minions se filiaram a diferentes chefes, como Tiranossauro Rex, Faraó, Drácula, Napoleão, dentre outros, mas eles sempre atrapalham seus chefes e acabaram ficando sem um vilão a quem servir – o que quase os levou a um estado depressivo. Ao encontrarem Scarlet Overkill, uma vilã empenhada no mal e que roubou a coroa da rainha da Inglaterra, com a ajuda deles, perceberam o tamanho da vilania de Scarlet e lutaram contra ela, que deseja ser a primeira mulher a dominar o mundo.

Nesse filme, podemos observar como os minions agem como uma massa única amarela, sem que haja identificação ou distinção entre eles (exceto no caso de Bob, Stuart e Kevin – que são os minions que saem em busca de um novo vilão a quem o grupo todo pode servir, depois de diversas tentativas frustrantes). Há um comportamento massivo, padronizado, que não foge à regra nem à previsibilidade (que pode ser visto não só nesse filme, como nos anteriores e posterior também), em que os minions agem de maneira a excluir as individualidades do grupo. O agrupamento dos minions em uma massa única e indistinguível é fruto de um interesse

comum, claro desde o início do filme: a servidão cega. Há um espírito coletivo servil que os guia em suas ações, como se, enquanto sujeitos únicos, individuais, eles não existissem, mas ao contrário, só se concretizassem mediante o agrupamento – que os leva à servidão individual e coletiva. A ausência de consciência de classe é perceptível ao longo da trama, por vermos nos minions a imagem de sujeitos que estão mais preocupados com o mestre e não com o grupo, em si.

Em 2017, a *Illumination* lançou *Meu Malvado Favorito 3*, dando sequência à história de Gru, sua família e os minions. Também com a mesma equipe técnica de produção, direção e roteiro, temos, nesse enunciado, a descoberta de Gru sobre um irmão gêmeo, o Dru. Ele viaja com sua família para encontrá-lo no país em que vive, ao mesmo tempo em que precisa lutar contra Balthazar, um vilão que foi celebridade nos anos 1980 e foi esquecido com o passar dos anos, ressurgido, portanto, para se vingar por ter caído no esquecimento. Os minions, aqui, se rebelam contra Gru, por este não se dedicar mais aos feitos vilânicos como antes – decidem romper as relações com Gru, por este não ser mais um chefe-vilão-malvado. Contudo, essa condição não é definitiva, pois os minions, pouco tempo depois, voltam para a vida de Gru.

Como podemos observar, os minions estão presentes em todos os filmes da franquia *Meu Malvado Favorito*, não necessariamente em figura de destaque, em que toda a trama gira em torno deles, mas em destaque o suficiente para que se configurem como sujeitos que extrapolaram os limites do próprio filme do qual apareceram, inicialmente, de maneira secundária para ganharem um filme só para si. A franquia não deixou de ser *Meu Malvado Favorito* (referência a Gru), mas em muitos casos de produtos de bens de consumo culturais decorrentes dos filmes (licenciados), o nome “Meu Malvado Favorito” vem atrelado ao enunciado “marca minions” – ou seja, *Meu Malvado Favorito* é reconhecido pois associado aos minions.

Ainda, uma característica que garante o alto retorno financeiro para a franquia é o seu baixo custo de produção, se comparado com grandes bilheterias da *Disney*. Por exemplo, os filmes da franquia *Meu Malvado Favorito* (como outros produzidos pelo estúdio) custaram, cada um, uma média de US\$69 a US\$80 milhões, com retorno de mais de US\$500 milhões a US\$1 bilhão nas bilheterias. Produções da *Disney*, em um período semelhante, custaram cerca de US\$250 milhões para serem produzidas e obtiveram um retorno financeiro próximo aos da *Illumination*¹³.

¹³ Informação disponível em: <<https://www.omelete.com.br/filmes/como-os-minions-transformaram-a-illumination-entertainment-em-uma-das-gigantes-da-animacao>> Acesso em: 23/10/2018.

O estúdio dos minions investe na simplicidade da produção sem deixar a desejar em termos de tecnologia. Não há uma grande complexidade nas tramas dos filmes, nem muitos ornamentos nas personagens que participam destes filmes, como ocorre em produções como *Frozen* (2013), *Divertida Mente* (2015) e *Zootopia* (2016), que requerem uma grande ornamentação e complexidade de produção. Esse é, também, um ponto estratégico desenvolvido pela franquia da *Illumination* que facilita (e diminui, em termos de técnicas) a produção, além de possibilitar a aplicação das personagens em diferentes produtos licenciados.

Os filmes que compõem a franquia *Meu Malvado Favorito* é a mais lucrativa e rentável da atualidade em animação, sendo considerada a que mais arrecadou na história¹⁴, contabilizando US\$3,528 bilhões mundialmente. Os altos valores não são tão recentes e já vêm acompanhando os filmes desde a sua estreia: em 2010, o lançamento de *Meu Malvado Favorito* atingiu a marca de US\$546 milhões arrecadados. Em 2013, *Meu Malvado Favorito 2* foi considerado o segundo maior filme do ano, contabilizando, para a franquia, US\$976 milhões, ficando na posição de número 1 em 67 mercados internacionais – e mantendo a mesma posição por duas semanas consecutivas no mercado interno (Estados Unidos).

Em 2015, com o *spin-off*/prequela *Minions*, o filme ficou com o título de animação do ano devido à abertura em primeiro lugar em 58 mercados internacionais, conquistando o título de número 1 na bilheteria mundial e por se manter durante três semanas consecutivas, além de faturar US\$1,159 bilhões. O último filme, lançado em 2017, *Meu Malvado Favorito 3*, foi exibido em 4529 salas de cinema nos Estados Unidos ao mesmo tempo, configurando a maior estreia da história no país¹⁵.

Com esses dados e valores, temos um histórico de diferentes recordes relacionados à franquia, até chegarmos ao recorde atual que a configura como a mais rentável da história, a que mais gera lucro, retorno financeiro, em termos de capital, tanto para o estúdio, *Illumination*, como para a distribuidora, *Universal*. Esses números, recordes e altos valores, contudo, não são fortuitos: por trás dos minions (ou, por conta dos minions) existe uma movimentação para que eles sejam cada vez mais quebradores de seus próprios recordes. Embora já tenham se consagrado na história do filme de animação, a tendência é que os minions não parem de aparecer nas telas de cinema – e, com isso, também em outros lugares fora dela. Em julho de

¹⁴ A informação foi divulgada pela *Deadline*, uma revista norte-americana focada na indústria do entretenimento, em 06 de agosto de 2017. Matéria disponível em: <<https://deadline.com/2017/08/despicable-me-highest-grossing-animated-franchise-all-time-shrek-illumination-universal-box-office-1202143599/>> Acesso em: 07/09/2017.

¹⁵ A informação foi divulgada pela *Forbes*, uma revista estadunidense de negócios e economia, em 30 de junho de 2017. Matéria disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/simonthompson/2017/06/30/despicable-me-3-breaks-record-becoming-the-widest-movie-release-of-all-time/#662fc704f749>> Acesso em: 07/09/2017.

2020, a *Illumination* e a *Universal* já anunciaram o lançamento do filme *Minions 2* – para dar sequência aos altos números que a franquia tem recebido mundo afora.

1.2 Minions: produção cinematográfica vs indústria cultural

Vivemos em uma sociedade que privilegia o poder aquisitivo e o consumo, a aparência em detrimento da essência, sendo que as mídias difusoras de produtos de consumo (como a internet – com as redes sociais – e a televisão, com programas patrocinados e comerciais com diferentes propagandas, por exemplo) atuam massivamente e ativamente nessa direção. Esse consumo, contudo, não é fortuito, pois há uma enorme variedade e quantidade de produtos sendo produzidos e comercializados das mais diferentes formas e com os mais diferentes fins. Além disso, há uma constante renovação em torno desses produtos, pois o que servia ontem já não serve mais hoje: tornou-se obsoleto.

Pensando em consonância com o Círculo de Bakhtin, trazemos algumas ideias de Pierre Lévy, a partir de sua obra *Cibercultura* (2000 [1997]) e Henry Jenkins, a partir de sua obra *Cultura da convergência* (2009), pois compreendemos que a forma como os autores falam de mídia (aqui entendido como digital, principalmente) e de cultura, perpassando as questões de interações em rede, por exemplo, está em acordo com o diálogo bakhtiniano, a relação eu-outro entre sujeitos, que sempre prevê uma interação comunicativa para que haja a produção de um enunciado. Em seus estudos, Lévy fala sobre a mídia ser o suporte ou veículo da mensagem, como o impresso, o rádio, a televisão, o cinema ou a Internet (2000 [1997], p. 61), e que o termo multimídia, por sua vez, “[...] é corretamente empregado quando, por exemplo, o lançamento de um filme dá lugar, simultaneamente, ao lançamento de um videogame, exibição de uma série de televisão, camisetas, brinquedos etc.” e que, neste caso, “[...] estamos de fato frente a uma ‘estratégia multimídia’”.

Com isso, Lévy (2000 [1997]) dá um breve panorama do que encontramos, atualmente, diante do filme, como nosso *corpus*, que não se limita mais a ser “só” um filme exibido no cinema, mas perpassa diferentes formas de consumo, que tem início nas telas de cinema. Jenkins (2009), baseado nos estudos de Lévy e partindo da ideia de “inteligência coletiva” (também em consonância com a teoria bakhtiniana), destaca que a convergência (p. 29) faz referência ao

fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais [...] (JENKINS, 2009, p. 29).

Nessa perspectiva, pensamos em como vivemos essas transformações frente ao consumo dos mais variados tipos de produtos, sejam eles relacionados ou não à uma franquia e em como os minions, diante dessas transformações, espalham-se das mais diferentes formas pela sociedade, garantindo que sejam vistos e ouvidos durante tempo suficiente para se estabelecerem no imaginário dos sujeitos, mesmo que não se tenha assistido a nenhum filme relacionado à franquia ou mesmo que não se tenha adquirido nenhum produto relacionado ao tema. Comprando ou não, não há sinal de que eles vão desaparecer tão depressa do nosso imaginário, pois as ações da *Illumination* em conjunto com a *Universal Pictures* os colocam cada vez mais no foco da cena midiática. Disso decorre o que Jenkins (2009) define como a cultura da convergência, quando há um fluxo intenso de informações de diferentes formas e sujeitos envolvidos para consumir essas informações, geralmente com o caráter de entretenimento, movidas nas esferas da tecnologia do mercado, da cultura e da sociedade.

Os minions, como já dito, se espalham das mais diferentes formas pela sociedade, e isso faz com que a experiência do filme (e, principalmente, das personagens) não se esgote de maneira rápida, mas se prolongue por um tempo superior ao seu período de lançamento. Faz, ainda, com que a experiência do filme, na sala de cinema, seja antecedida por outras ações que permitem ao público já sentir, de antemão, um “gosto” do que o espera no cinema. Para Jenkins,

A convergência [...] é tanto um processo corporativo, de cima para baixo, quanto um processo de consumidor, de baixo para cima. [...] Empresas de mídia estão aprendendo a acelerar o fluxo de conteúdo de mídia pelos canais de distribuição para aumentar as oportunidades de lucros, ampliar mercados e consolidar seus compromissos com o público. Consumidores estão aprendendo a utilizar as diferentes tecnologias para ter um controle mais completo sobre o fluxo da mídia e para interagir com outros consumidores (JENKINS, 2009, p. 46).

Por isso, produtores, distribuidores e agências de publicidade trabalham em um *marketing* intenso em detrimento do lançamento do filme, como é possível observar nas ações que se seguem descritas a seguir. Assim, pensamos que as ações, espalhadas pelo Brasil e pelo mundo, se comportam de tal forma porque há não só um histórico por trás disso (como visto no tópico anterior), mas também há a indústria cultural que detém os meios de produção de bens

culturais que movimentam um mercado de consumo, ao mesmo tempo em que há um público que alimenta, por meio da compra e aquisição desses bens de consumo, esse mercado. Pensamos na noção de história transmídia, concebida por Jenkins (2009, p. 138), como decorrente desse novo cenário de consumo interativo, como a situação com a qual nos deparamos, principalmente ao falarmos dos minions, ao que tange ao nosso *corpus* e outros enunciados em cotejo:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. *Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo*. A compreensão obtida por meio de diversas mídias sustenta uma profundidade de experiência que motiva mais consumo. A redundância acaba com o interesse do fã e provoca o fracasso da franquia. Oferecer novos níveis de revelação e experiência renova a franquia e sustenta a fidelidade do consumidor (JENKINS, 2009, p. 138 – grifos nossos).

Selecionamos as ações a seguir com vistas a demonstrar como os minions se espalham e se fazem presentes de diferentes formas, não necessariamente com um tipo de consumo relacionado ao anterior como uma pré-condição de entendimento e compreensão da franquia. Ao contrário, em consonância com Jenkins (2009), podemos observar como a noção de transmídia é aberta e fluída, embora se ligue à uma produção anterior. Contudo, a ausência do consumo do “original” (em termos de origem, primeiro) não enfraquece nem impossibilita nenhum outro tipo de consumo, uma vez que, para existirem, eles se comportam de maneira autônoma, afinal, a obsolescência é constante, de forma que novos produtos, que trazem consigo novas possibilidades e renovações, garantem o constante acesso do consumidor aos produtos de consumo – e o que faz com que a franquia continue sendo expressiva tal como é, ou seja, por possibilitar o acesso à franquia como um todo por meio de um único produto.

Tratando-se de um modo de entretenimento, a transmídia prevê que o ponto essencial para que esse formato funcione, atualmente, é que “[...] um envolvimento mais profundo continua sendo opcional – algo que [...] decidem fazer ou não –, e não o único modo de extrair prazer das franquias midiáticas” (JENKINS, 2009, p. 186). Portanto, pensamos que consumir todas as mais diversas formas de produtos, que aparecem em decorrência do filme, é uma opção e não uma regra. Entretanto, observamos que os sujeitos optam pelo consumo de produtos que

estão relacionados aos minions, visto que, até hoje, eles continuam a existir em lojas de roupas e sapatos, mercados, brinquedos, decorações etc., e caso não houvesse essa procura e consumo, a oferta não continuaria tão ampla como costuma ser em períodos de lançamento e de divulgação do filme.

Ressaltamos, também, que esses produtos de consumo são enunciados-resposta que surgem a partir do filme e não surgem de qualquer forma, mas surgem desde o momento de sua produção inicial (isto é, o filme de 2010), contudo, as ações se intensificam, cada vez mais, para que haja uma conexão entre produtos e produção cinematográfica. Dessa forma, o consumo do próprio filme (enquanto ainda veiculado nos cinemas) já configura uma ação que o insere no funcionamento da indústria cultural. Contudo, pensamos essa indústria cultural não somente como a Escola de Frankfurt, com indivíduos medianos em relação à massividade, mas em sujeitos reais e que se posicionam ativamente com a sua vida diante do mundo e do que consomem, independente da concepção de obra de arte e massividade.

Com isso, a nossa hipótese de que os minions se constituem, na sociedade, como uma “febre amarela”, é respaldada, visto que, ainda hoje, encontramos, no decorrer da produção da pesquisa, produtos de consumo que remetem aos minions e à franquia em lojas, supermercados e outros locais de comércio. As ações de divulgação dos filmes são massivas e se dão em diversas esferas, tanto nacionalmente quanto internacionalmente.

Figura 1 - Cor "amarelo minion" da Pantone

PANTONE SHOP COLOR SYSTEMS COLOR INTELLIGENCE COLOR CONSULTING LICENSEES

BUY MORE, SAVE MORE! Use code **SAVEMORE** for Special Offers page for details and exclusions. Special Offers Find a Pantone Color

Pantone Color Institute® Announces PANTONE Minion Yellow™:
The first-ever character-branded PANTONE Color inspired by Illumination Entertainment's *Minions*

PANTONE
Color Institute® APRIL 14, 2015

Pantone Color Institute is excited to announce the creation of an official new PANTONE Color, Minion Yellow.

Based on the Minions from Universal Pictures and Illumination Entertainment's *Despicable Me* global film franchise, including the upcoming prequel *Minions*, PANTONE Minion Yellow is an illuminating, energetic, friendly and fun-loving yellow shade that immediately calls out to you.

"Just as the sun's rays enliven us, PANTONE Minion Yellow is a color that heightens awareness and creates clarity, lighting the way to the intelligence, originality and the resourcefulness of an open mind - this is the color of hope, joy and optimism," said Leatrice Eiseman, Executive Director, Pantone Color Institute.

The partnership was born when Pharrell Williams, who helped create the music for the *Despicable Me* franchise, came up with the idea while the Pantone Color Institute, the research arm of the company that charts global color trends and studies how color influences human thought processes, emotions and physical reactions, noted the desire of the consumer to add more emerging color into their lives. Pantone worked closely with the animation team at Illumination Entertainment to review the existing color range and to identify the most pure representation of the Minions' iconic yellow color. The resulting PANTONE Minion Yellow is a custom color designed to represent the sweet and mischievous characters. An astroverted hue, it projects playfulness and warmth and is suggestive of intellectual curiosity and enlightenment.

"PANTONE Minion Yellow is a color that heightens awareness and creates clarity, the color of hope, joy and optimism."
- Leatrice Eiseman, Executive Director, Pantone Color Institute®

"Color is contextual and right now there is a desire for colors that are more vibrant and uplifting. This is especially the case with the yellows, so given the worldwide popularity of the Minions, it seemed only natural to name a color after a character for the first time in our history," said Laurie Pressman, Vice President, Pantone Color Institute. "When developing the color, we worked directly with the animation team at Illumination, and we thoughtfully considered the characters' aims to ensure PANTONE Minion Yellow is the exact right hue."

"Pantone has long established its reputation as the global color authority," said Jamie Obiversi, Executive Vice President, Global Retail Development, Universal Partnerships & Licensing. "We are thrilled that their color experts saw market demand for yellow and looked to the Minions, as global pop culture icons, to add into its yellow spectrum."

The custom PANTONE Minion Yellow color will be added to the PANTONE Fashion, Home + Interiors color palette with the next color addition.

Minions opens in theaters on July 10th, 2015.

Fonte: Pantone

A Pantone, principal empresa e referência de cores no mundo, padrão na indústria gráfica e têxtil, lançou, em 2015, uma cor (o amarelo minion) inspirada na produção *Minions*, também lançada no mesmo ano. Pela primeira vez na história da empresa, como é possível observar nas informações contidas no site, conforme a figura acima¹⁶, houve a criação de uma cor baseada em uma franquia de filmes.

A informação nos é interessante para pensarmos na massificação das ações de divulgação e *marketing*, uma vez que a cor não tem um código numérico, como costuma acontecer com as cores famosas e reconhecidas mundialmente pela empresa, como forma de organização, mas recebeu um nome, “amarelo minion”, que é significativo. Mesmo sem um código numérico, a oficialidade do “amarelo minion” está em ser uma cor desenvolvida, principalmente, para a divulgação do filme nos cinemas.

Figura 2 - Minion Rush: o jogo dos minions



Fonte: Minions Wikia¹⁷

A *Illumination*, como detentora do controle acerca dos licenciamentos e parcerias, trabalhou na criação, em 2013, de uma história original para o jogo de celular *Meu Malvado Favorito: Minion Rush*, desenvolvido pela *Gameloft*, que conta com mais de 750 milhões de usuários. O jogo permite, além de escolher um dos minions para jogar, a personalização deles com fantasias e roupas diferentes, com o objetivo de completar as missões, recolher as bananas pelos caminhos e derrotar os vilões que surgem em diferentes fases.

¹⁶ Matéria disponível em: <<https://www.pantone.com/pci/minion-yellow>> Acesso em: 23/10/2018.

¹⁷ Imagem disponível em: <http://pt-br.minions.wikia.com/wiki/Minion_Rush> Acesso em: 23/10/2018.

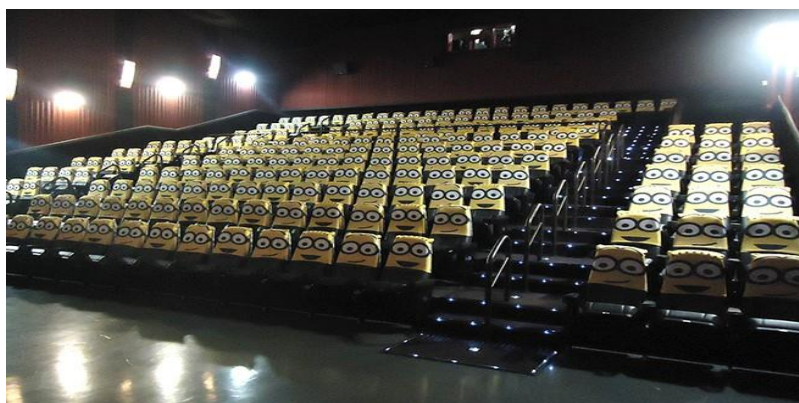
Figura 3 - Atração no parque Universal Studio



Fonte: Dicas da Disney e Orlando e Amo Orlando¹⁸

No parque *Universal Studio*, em Orlando, diante do sucesso de bilheteria que a produção teve, em 2012, foi inaugurada uma atração chamada *Despicable Me: Minion Mayhem*, um simulador em 3D em que os visitantes entram na casa de Gru – assim como nos filmes – e se transformam em minions, vivendo diferentes aventuras como se fossem um deles. Após a saída do brinquedo, é possível se encontrar com as personagens, tirar fotos e, logo após, passar pela loja temática da franquia, estrategicamente localizada, com diversos produtos estampando o rosto dos minions e com referências às outras personagens.

Figura 4 - Poltronas de cinema estampando os minions



Fonte: Blue Bus¹⁹

No Brasil, as ações de divulgação e promoção dos filmes levam o rosto dos minions para os mais diferentes lugares, assim como ocorre em outros lugares do mundo. Em 2013, os

¹⁸ Imagens disponíveis em: <<https://dicasdadisneyorlando.com.br/atracoes/brinquedo-dos-minions-na-universal-orlando/>> e <<https://amoorlando.com.br/universal-studios-roteiro/despicable-me-minion-mayhem-at-universal-studios-florida/>>, respectivamente. Acesso em: 23/10/2018.

¹⁹ Imagem disponível em: <<https://www.bluebus.com.br/salas-de-cinema-em-sp-recebem-minions-em-acao-da-fisherfriends-p-vigor/>> Acesso em: 23/10/2018.

minions estamparam as poltronas de salas de alguns cinemas em São Paulo, em uma parceria da *Fischer&Friends*, para o lançamento dos produtos da linha Vigor.

Figura 5 - Minions no avião da Azul



Fonte: UOL Entretenimento²⁰

Em 2015, os minions ganharam ações em diferentes meios de transporte: um avião da Azul Linhas Aéreas Brasileiras foi lançado com adesivos temáticos do filme. No aeroporto de Viracopos, em Campinas (SP), Stuart, Bob e Kevin, personagens principais do filme, interagiram com os passageiros até o embarque.

Figura 6 - Minions no metrô



Fonte: Blue Bus²¹

²⁰ Imagens disponíveis em: <<https://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2015/06/03/as-vesperas-de-filme-azul-lanca-aviao-com-adesivos-dos-minions.htm>> Acesso em: 23/10/2018.

²¹ Imagens disponíveis em: <<https://www.bluebus.com.br/vagoes-do-metro-do-rio-envelopados-com-imagens-dos-minions-viu-isso/>> Acesso em: 23/10/2018.

Os metrô do Rio de Janeiro foram envelopados com diferentes imagens dos minions como forma de divulgação do filme a ser lançado. Ações como essa, visto o seu lugar de circulação, dificilmente passam despercebidas aos olhares dos sujeitos, no dia-a-dia, uma vez que se trata de um meio de locomoção público.

Como é possível observar, as ações de divulgação acerca dos minions começaram a ser massivas a partir do lançamento de *Minions*, em 2015. Contudo, algumas parcerias e divulgações já haviam sido feitas quando os minions ainda não tinham uma produção solo, o que revela o seu caráter de sucesso, uma vez que, de personagens coadjuvantes, passaram a ser o centro da cena e a se integrarem como personagens principais a partir do lançamento e sucesso de bilheteria de *Meu Malvado Favorito*, em 2010. Isso se deve, como veremos adiante, pelo modo como o público se identificou com a imagem dos minions e não com a imagem de Gru (enquanto personagem principal).

No lançamento de *Meu Malvado Favorito 3*, no Brasil, a *Universal Pictures do Brasil* contou com a maior campanha já feita para um filme, segundo Juliana Ribas, diretora de *marketing*²². Segundo ela, foram acionadas as mídias *off-line*, digital, *publicity* e promoções para que houvesse ainda mais força à franquia que, de acordo com os dados, com os três lançamentos anteriores, ultrapassou 18 milhões de ingressos no Brasil. Com esse tipo de ação, que envolve chamadas na TV aberta e a cabo, *spots* de rádio, anúncios para mídia impressa, peças em mobiliário urbano, produtos em edições limitadas, ativações na rua etc., o público consumidor se vê envolvido com a franquia nas mais diferentes esferas.

Empresas e marcas, como Grupo Ferrero do Brasil (Tic Tac, Nutella e Kinder), Perdigão, Nestlé, *McDonald's*, Vigor, *McCain*, Puket, Riachuelo e C&A também se associam aos minions e seu universo que, segundo os responsáveis pelas marcas, é uma parceria rentável e bastante lucrativa. Segundo João Branco, diretor de *marketing* do *McDonald's* Brasil, a parceria com a *Universal* está bem acima da média, ficando em *top 3* da rede de *fast-foods*, porque o conteúdo é atrativo para as famílias (mães, pais e filhos), público-alvo da empresa. Já Anne Napoli, diretora de *marketing* de Lácteos da Vigor, ressalta que a mudança da embalagem dos leites fermentados foi um desafio para a empresa, uma vez que visavam algo que chamasse a atenção do consumidor logo nas gôndolas do supermercado, o que foi possível com os minions, visto que eles têm fãs entre adultos e crianças²³. Fernanda Dittmers, responsável pelo

²² Matéria disponível em: <<http://propmark.com.br/midia/meu-malvado-favorito-3-tem-maior-campanha-ja-feita-pela-universal>> Acesso em: 23/10/2018.

²³ Matéria disponível em: <<https://www.embalagemmarca.com.br/2016/07/leite-fermentado-vigor-tem-embalagens-em-formato-de-minions/>> Acesso em: 23/10/2018.

marketing da Puket, afirma que a coleção “Minions” (linha de pijamas, camisolas, meias etc.) obteve um crescimento de vendas de 35% (trinta e cinco por cento) sobre as demais coleções da marca. Embora o custo da licença seja alto, o que faz com os produtos dos minions sejam 30% (trinta por cento) mais caros do que os que não possuem licenciamento, o saldo ainda é positivo²⁴.

O licenciamento, para o consumidor, é um estímulo, segundo Marici Ferreira, presidente da Abral – Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens. Segundo ela, ao escolher um produto, o consumidor opta pelo que traz estampado o personagem²⁵ – como é o caso dos minions, que se espalham pelos mais diversos setores. Um produto licenciado é capaz de vender até 20% (vinte por cento) a mais do que um que não tenha licenciamento e, no Brasil, cerca de 70% (setenta por cento) dos licenciamentos estão ligados à área de entretenimento, sendo o cinema um dos maiores impulsionadores na transposição das telas para as prateleiras. Jenkins (2009), acerca do licenciamento e das mídias, afirma que

Os acordos atuais de licenciamento asseguram que todos esses produtos sejam periféricos àquilo que, em primeiro lugar, nos atraiu à história original. Sob licenciamento, a empresa de mídia central – quase sempre produtores de filmes – vende os direitos de fabricação de produtos, com a utilização de seus recursos, a um terceiro, geralmente não associado; o licenciamento limita o que pode ser feito com os personagens ou conceitos, para proteger a propriedade original. Em pouco tempo, o licenciamento abre caminho para o que o pessoal da indústria está chamando de “cocriação”. *Na cocriação, as empresas colaboram desde o início para criar conteúdos considerados adequados a cada um dos setores, permitindo que cada meio de comunicação gere novas experiências ao consumidor e aumente os pontos de acesso à franquia* (JENKINS, 2009, p. 148-9 – grifos nossos).

²⁴ Matéria disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/negocios/onda-amarela-venda-de-produtos-dos-minions-deve-crescer-80-em-relacao-ao-ultimo-filme-16665313>> Acesso em: 23/10/2018.

²⁵ Matéria disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/negocios/onda-amarela-venda-de-produtos-dos-minions-deve-crescer-80-em-relacao-ao-ultimo-filme-16665313>> Acesso em: 23/10/2018.

Figura 7 - Minions em comidas



Fonte: EP Grupo, Angeloni, Cantinho da Tarsi, Grandes Nomes da Propaganda e G1²⁶

Figura 8 - Minions em roupas e calçados



Fonte: Riachuelo, C&A, Small, Petiscos, Omar Calçados, Havaianas e Centauro²⁷

²⁶ Imagens disponíveis, respectivamente, em: <<http://www.epgrupo.com.br/ferrero-apresenta-embalagens-do-filme-meu-malvado-favorito-3/>>, <<https://www.angeloni.com.br/super/p/chicken-perdigao-minions-tradicional-300g-3646641>>, <<https://cantinhodatarsi.com.br/2017/08/30/adoro-minions-1-necau-cereal-nestle-com-porta-cereais-minions/>> <<https://grandesnombresdapropaganda.com.br/anunciantes/radio-globo-ganha-estudio-nos-estudios-globo/>>, <<http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2015/06/mcdonalds-lanca-no-pais-batatas-em-formato-de-minions.html>> e <<https://grandesnombresdapropaganda.com.br/anunciantes/vigor-apresenta-linha-de-produtos-familiares-inspirada-nos-minions/>> Acesso em: 23/10/2018.

²⁷ Imagens disponíveis, respectivamente, em: <https://www.riachuelo.com.br/camiseta-minion-meu-malvado-favorito-12508500_sku?pid=12508500&page=1&query=minions&lang=pt&searchConfigId=5ab9042b9c22d2000d3b94f8>, <https://www.riachuelo.com.br/camiseta-minions-meu-malvado-favorito-12659193_sku?pid=12659193&page=1&query=minions&lang=pt&searchConfigId=5ab9042b9c22d2000d3b94f8>, <<https://www.cea.com.br/kit-de-5-cuecas-minions-multicor-8682443-multicor/p>>, <https://www.cea.com.br/conjunto-infantil-minion-de-camiseta-manga-curta-amarela---bermuda-em-moletom-azul-marinho-9263079-azul_marinho/p>, <<https://www.cea.com.br/blusa-minions-amarela-8405458-amarelo/p>>, <<http://small.blog.br/2015/06/puket-lanca-pijamas-e-meias-dos-minions.html>>, <<https://petiscos.jp/moda/puma-lanca-colecao-de-tenis-dos-minions>>, <<https://www.omarcalçados.com.br/babucha-minions-plugt---amarelo-380171400>>, <<https://www.havaianas.com.br/havaianas-minions-4133167-7186/p>> e <<https://www.centauro.com.br/sandalia-havaianas-minions-16-4133167-856644.html>> Acesso em: 23/10/2018.

Figura 9 - Minions em cosméticos, materiais escolares e brinquedos



Fonte: Lojas Americanas, Belt Nutrition, Avon, Diego Cosméticos, Inspiração Teen, Amo Canecas, Mercado Livre e Flávia Kitty²⁸

Com as figuras anteriores (em formato de montagens), visamos mostrar como os minions não se limitam a só um segmento comercial, mas ao contrário, se diversificam ao que tange ao alcance de públicos consumidores. Embora tenha o tom infantil, proveniente do filme de animação, os minions estão presentes também no consumo feito por adultos, não só vinculado às famílias (mães, pais e filhos). Dessa forma, encontramos adultos consumindo roupas, sapatos e acessórios, no geral, relacionados aos minions, vide as numerações adultas presentes nessas lojas. O consumidor, enquanto sujeito, se relaciona de maneira ativa com o que está presente nas mídias, seja de maneira mais voltada ou não para esse público, mas fruto de uma relação possibilitada pela cultura da convergência.

²⁸ Imagens disponíveis em: <https://www.americanas.com.br/produto/13463258/kit-minions-250ml-shampoo-condicionador?WT.srch=1&epar=bp_pl_00_go_bb_todas_geral_gmv&gclid=Cj0KCQjAi57gBRDqARIsABhD SMopaEWa4jECFPYNIPzmE9qdufaaS_C8YZ1qu2bDVeoLL6Fy20ibFAkaAs32EALw_wcB&opn=YSMESP&sellerId=53748042000171>, <https://www.beltnutrition.com.br/polivitaminico-polimineral-belt-kids-minions-pote.html?gclid=Cj0KCQjw2f7bBRDVARIsAAwYBBSjVX7NXvVnllYhB0dvO9VSMELkADeInQTVbDsSerTN7LzuWwc2RyEaAlq6EALw_wcB>, <<https://www.avonstore.com.br/colonia-para-meninos-universal-minions-150ml-avn3279/p>>, <<https://www.diegocosmeticos.com.br/linha-infantil/minions/brilho-labial-banana-minions-avon/>>, <https://www.americanas.com.br/produto/31902843/caderno-universitario-espiral-capa-dura-10x1-200-folhas-foroni-minions-m1n10n-math-vac18-capa-unic?pfm_carac=minions&pfm_index=16&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page%20>, <<https://inspiracaoteen.wordpress.com/2015/08/07/material-escolar-dos-minions/>>, <<https://www.amocanecas.com.br/copo-com-canudo-minions-stuart-meu-malvado-favorito>>, <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1024664753-tupperware-conjunto-copo-minions-_JM?quantity=1> e <<http://flaviakitty.com/blog/tag/mcdonalds/>> Acesso em: 23/10/2018.

A convergência, para Jenkins, “[...] representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meios a conteúdos de mídia dispersos” (2009, p. 29-30), seja em qual for o meio. Os produtores e os consumidores estão participando, interativamente, de acordo com conjuntos de regras estabelecidos que, constantemente, são renovados, uma vez que as práticas de consumo se transformam cada vez mais. Por exemplo, uma experiência com produtos que levam o conteúdo dos minions pode ser feita no âmbito da alimentação, do vestuário, da higiene, do material escolar, de brinquedos, dentre outras possibilidades, assim como pode ser feita, simbolicamente, por meio da *Internet*, usando as mídias digitais, de caráter “oficial” ou não, ou seja, sendo licenciada ou não pela *Illumination*. Jenkins (2009) afirma que

A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivo ameaçam os modos antigos de fazer negócios. Em alguns casos, a convergência está sendo estimulada pelas corporações como um modo de moldar o comportamento do consumidor. Em outros casos, a convergência está sendo estimulada pelos consumidores, que exigem que as empresas de mídia sejam mais sensíveis a seus gostos e interesses. Contudo, quaisquer que sejam as motivações, a convergência está mudando o modo como os setores da mídia operam e o modo como a mídia das pessoas pensa sobre sua relação com os meios de comunicação. Estamos num importante momento de transição, no qual as antigas regras estão abertas a mudanças e as empresas talvez sejam obrigadas a renegociar sua relação com os consumidores (JENKINS, 2009, p. 325-6).

Dessa forma, observamos como a relação entre mercado (e produtores) e consumidores não é passiva, tampouco unilateral. Ambas as partes envolvidas no consumo possuem sua responsabilidade no ato responsivo possibilitado pela convergência. Em consonância com o Círculo de Bakhtin, pensamos na ideia de sujeito a partir de uma alteridade, em que o “eu”, por meio do olhar exotópico do “outro”, é contemplado por inteiro. A relação entre consumidores e produtos de consumo mudou na medida em que os primeiros passaram a ser “ouvidos” enquanto nicho mercadológico, refletidos na forma como eles consomem esses produtos, em diferentes áreas, simbólica ou fisicamente, seja em nível licenciado/oficial ou não.

No Brasil, desde o primeiro lançamento, em 2010, com *Meu Malvado Favorito*, até o último, em 2017, com *Meu Malvado Favorito 3*, a franquia contabilizou cerca de 50 licenciamentos, isto é, produtos de caráter “oficial”, aprovados pelos estúdio e distribuidora. Contudo, isso não é um impasse para que produtos não-licenciados surjam e sejam consumidos

e veiculados da mesma forma, uma vez que os sujeitos, enquanto participantes ativos dessa cultura da convergência, não esgotam as possibilidades de experiência com a franquia. No lançamento do último filme, em 2017, uma feirante, Silvia Yamashiro, fez pastéis no formato dos minions. Embora não tenha um acordo de licenciamento entre a feirante a empresa dos minions, este consumo colabora, mesmo que indiretamente e sem contabilizar no faturamento da franquia, para o fenômeno “febre amarela”, uma vez que os minions são consumidos, não importa a forma sob a qual apareçam. Em entrevista, a feirante afirma que os pastéis foram um sucesso, não só entre as crianças, mas também entre os adultos, além de terem sido feitos muitos pedidos²⁹:

Figura 10 - Pastel dos minions



Fonte: Silvia Yamashiro

Um outro ponto importante para ser observado acerca dos minions conseguirem se “desvincular” da imagem global de *Meu Malvado Favorito* recai sobre suas páginas oficiais (brasileiras) na rede social *Facebook*, em que é possível observar que a página “Meu Malvado Favorito”, criada em 6 de março de 2012, contabiliza cerca de 17.819.250 curtidas, enquanto a

²⁹ Matéria disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2017/07/18/barraca-de-feira-de-curitiba-aumenta-vendas-com-pastel-em-forma-de-minions.htm>> Acesso em: 23/10/2018.

página “Minions”, criada em 24 de outubro de 2014, contabiliza cerca de 33.838.577 curtidas, sendo quase o dobro de curtidas, além de ter sido criada 2 (dois) anos depois. Ambas as páginas foram criadas para divulgação do lançamento dos filmes, mas continuam veiculando conteúdos não só relativos à franquia, como também de outras produções do estúdio *Illumination*, o que as mantêm ativas.

Pierre Lévy, em *A inteligência coletiva* (2007 [1994]), fala sobre a possibilidade dos novos meios de comunicação permitirem aos sujeitos compartilharem suas ideias, o que denomina de “inteligência coletiva”. De acordo com o autor, ela é capaz de acumular as vivências pessoais de cada sujeito, de forma que isso pode ser interpretado como um tipo de interação social mediada por telas de computadores, celulares e outros aparelhos. Por isso, ao observarmos as páginas de *Facebook*, entendemos que os enunciados dos sujeitos-autores, nessas páginas, trazem valorações sociais que os constituem, a partir de uma relação existente com a ressignificação temática feita acerca dos minions.

Sobre o ciberespaço, Lévy (2007 [1994]) aponta que não se trata só de um meio de comunicação, mas de um espaço que reúne diferentes tipos de mídia e de interfaces e que permite a interação simultânea (ou não) entre os sujeitos, como ocorre com o *Facebook*, por exemplo, em que os autores das páginas fazem uma publicação acerca de um determinado conteúdo e, assim, outros sujeitos podem comentar, compartilhar e se posicionar (em concordância, recusa, reiteração, aceitação, negação, entre outros) diante do que é exposto por um sujeito outro.

Como decorrência, a cibercultura surge como um movimento que amplia as noções de relações com o(s) saber(es) e o(s) conhecimento(s), de forma que a interação social, aqui, tem não só outra forma, como também organiza essas relações de uma maneira outra, sem limites claros entre o individual e coletivo. A ideia de inteligência coletiva ganhou, em nossa sociedade, cada vez mais respaldo, visto que hoje nos encontramos interconectados por redes e fios (invisíveis), que nos permitem estar e nos encontrar com outros sujeitos geográfica e temporalmente distante de nós, estabelecendo um tipo de interação não possibilitada anteriormente. A interação, portanto, continua existindo, mas possibilitada por outros meios, como as mídias digitais.

Partindo dos estudos de Lévy (2007 [1994]), Jenkins (2009, p. 30) diz que “[...] o consumo tornou-se um processo coletivo [...] [em que] nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades”. Em consonância com o pensamento de Jenkins, respaldado em Lévy, o nosso método de pesquisa, denominado dialético-dialógico (PAULA; FIGUEIREDO;

PAULA, 2011), realizado por cotejo, possibilita observarmos o infindável diálogo que um enunciado estabelece socialmente. É por meio do diálogo, segundo as autoras, que podemos traçar um paralelo entre a dialética de Marx e o diálogo do Círculo de Bakhtin:

[...] partimos do pressuposto de que o diálogo é o seu método, muito próximo da dialética hegeliana e marxista, ainda que modificada, pois manifestada pela linguagem e sem qualquer proposta de superação. O liame entre o Círculo e Marx é a relação dialética/dialógica e a questão da ideologia que, para Marx, calca-se nas relações (econômicas, políticas, culturais, sociais) objetivamente vividas entre os sujeitos constituídos e constituintes de determinada realidade social e, para o Círculo, encontra-se entranhada na linguagem (o signo ideológico) (PAULA; FIGUEIREDO; PAULA, 2011, p. 85).

Assim, ao discutirmos o método bakhtiniano que fundamenta nosso estudo, pensamos em como o enunciado dialoga, socialmente, com outros enunciados, condizente com a interação entre sujeitos, uma vez que cada enunciado traz um sujeito que o assina, que o produz atuando como autor (seja a partir de um bilhete, de uma obra fílmica, de uma publicação no *Facebook* ou de um romance de séculos passados). Segundo Bakhtin, no artigo “Metodologia das ciências humanas” (2011b, p. 395 – grifos do autor): “O objeto das ciências humanas é o ser *expressivo* e *falante*. Esse ser nunca coincide consigo mesmo e por isso é inesgotável em seu sentido e significado”. A partir disso, pensamos nos diálogos que os enunciados estabelecem, bem como nos sujeitos que os criam, por ser próprio da área de estudo que esse sujeito fale e se expresse, sem que, com isso, coincida consigo mesmo, mas estabeleça sentido(s) com outros sujeitos expressivos e falantes tal qual ele o é – o enunciado, portanto, atua como um elo no tempo passado e futuro com outros enunciados, bem como com outros sujeitos.

Dessa forma, reforçamos o caráter de interação associado às páginas de *Facebook*, em que sujeitos, enquanto autores (aqueles que assinam o enunciado, seja a página como um todo ou seja apenas a publicação), se posicionam diante de um conteúdo, utilizando-se da imagem anteriormente construída dos minions, por exemplo, e com isso, encontram respostas de outros sujeitos que compartilham e se posicionam diante da ideia exposta, porque ser o sujeito-autor da página não significa ser o detentor exclusivo da informação, ao contrário, significa ser um sujeito que possibilita o acesso ao conteúdo, não seu proprietário, expressando e falando a partir do seu ponto de vista, o que inclui as formas com as quais eles se relaciona ou relacionou e com isso produziu sentidos a partir dele. Por isso, utilizamos o método dialético-dialógico realizado por cotejo, uma vez que

[...] compreender o cotejo como mera comparação é limitador e nos leva a um pensamento e construção de um julgamento apenas do diferente. O cotejo enquanto caminho metodológico é um processo enriquecedor, a partir do momento que nos traz à luz da compreensão os diferentes sentidos de um texto na sua relação com outros (RUFO; SIANI, 2017, p. 88).

Assim, pensamos nos enunciados que surgem como cotejo não como oposição ou mera continuação uns aos outros, mas como um diálogo estabelecido por meio de algum fio ou eixo temático que possibilita a entrada nos filmes como formas de compreensão do contemporâneo, feito a partir de sujeitos que os consomem de maneira ativa e responsiva. As páginas de *Facebook*, como já dito, ressignificam o conteúdo acerca de minions ao trazê-los para o âmbito do humor passional cotidiano, aproveitando-se do humor e do riso escrachado presente nos próprios filmes. Assim como também encontramos essa ressignificação em páginas com conteúdo político favorável ou desfavorável a políticos, como é o caso do termo “bolsominions”, em que não só o humor foi levado em consideração, como também a questão do trabalho estabelecida entre os minions e o Gru, no sentido de exploração e alienação, marcada nos filmes.

De acordo com Rufo e Siani (2017, p. 89), a compreensão profunda de um texto está no seu contato com outros textos, o que significa dizer que o cotejamento é o encontro dialógico desse primeiro texto (no caso, os filmes que compõem a franquia) com outros textos, buscando a reconstituição da cadeia discursiva, o que é possibilitado quando observamos quais são os elementos que unem esses enunciados, como no caso dos minions são as relações de trabalho pautadas no sadismo, que geram tanto a crítica (bolsominions) quanto o humor cotidiano, conforme observamos nas páginas de *Facebook* selecionadas como cotejo. Com isso, podemos dizer que o cotejo, dentro do método dialético-dialógico, atualiza os sentidos de um determinado enunciado de acordo com a sociedade (e/ou grupos sociais) que o recebe, compreendendo, também, o momento sócio-histórico vivido.

Como cotejo, ao observarmos o fenômeno da “febre amarela ‘minions’”, encontramos diferentes tipos de páginas de *Facebook* com o conteúdo relativo a minions e a seu universo de ambientação, não relacionadas ao Gru e/ou outras personagens dos filmes, especificamente, o que nos leva à nossa hipótese de que os minions, enquanto “febre amarela”, conseguiram e têm conseguido se descolar da imagem de *Meu Malvado Favorito*, circulando pela sociedade de forma autônoma e independente, sem que seja preciso haver um consumo anterior dos filmes componentes da franquia. Isso, como já apontado, é típico da transmídia, que possibilita o acesso à franquia, como um todo, por diferentes entradas, não necessariamente por meio de um

consumo cronológico e linear. A transmídia possibilita, portanto, que qualquer conteúdo consumido seja um fragmento que compõe a experiência da franquia como um todo.

Para tratarmos da questão de ressignificação nas páginas de *Facebook* brasileiras e, assim, observarmos como os minions têm sido compreendidos por meio desse tempo-espço e sujeitos, em específico, utilizamos o critério de seleção baseado na popularidade (o número de curtidas que está em consonância, portanto, com a questão da circulação do gênero). Em uma pesquisa na rede social *Facebook*, mediante a busca pelo termo “minions”, tivemos acesso aos dados, expostos na tabela a seguir. Desejamos levantar não só as páginas cujo título há a palavra “minions”, mas aquelas que também tenha publicações relativas ao tema e que são atualizadas. Obtivemos, pelo mecanismo de busca, um total de 105 páginas, sendo que o conteúdo ou é humorístico (independentemente de ser sobre minions) ou geral (isto é, que não é humorístico nem sobre minions):

Tabela 1 - Páginas de *Facebook* com o termo "minions"

Título da página	Número de curtidas	Conteúdo (relacionado ou não aos minions)	Publicações relacionadas aos minions	Atualizações nos últimos 2 meses
Minions	33 mi	Divulgação/Humor	Sim	Sim
Minions Sinceros e Irônicos	3,7 mi	Humor	Sim	Sim
Minions Conselheiros	2,2 mi	Humor	Não	Sim
Minions Ousados	1,9 mi	Humor	Sim	Sim
Minions Ignorantes	1,6 mi	Humor	Não	Sim
Ironia dos Minions	4,6 mi	Humor	Não	Sim
Minions Engraçados	505 mil	Humor	Não	Sim
Humor Dos Minions	1,7 mi	Humor	Não	Sim
Humor Dos Minions	65 mil	Humor	Não	Sim
Mundo dos Minions	963 mil	Humor	Não	Sim
Minions Sinceros	7,3 mi	Humor	Sim	Sim
Minions Impacientes	2 mi	Humor	Sim	Sim
Humor dos Minions	277 mil	Humor	Não	Não
Os minions ∞	455 mil	Humor	Sim	Sim
Minions Irônicos	159 mil	Humor	Sim	Não
Minions Humorados	523 mil	Humor	Sim	Sim
Minions Sinceros	86 mil	Humor	Sim	Sim
Minions Malvados	368 mil	Humor	Sim	Sim
Minions Irônicos	54 mil	Humor	Não	Sim
Minions Ousados	19 mil	Humor	Sim	Não
Minions Igrejeiros	68 mil	Humor temático	Não	Sim
Minions Frases	215 mil	Humor	Não	Sim
Minions sinceros	151 mil	Humor	Sim	Não
Minions sinceros e irônicos	33 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	416 mil	Geral	Não	Sim
Minions	24 mil	Humor	Sim	Sim
Mini'ons	73 mil	Humor	Sim	Não
Minion's	80 mil	Humor	Sim	Não
Minions Sinceros e Irônicos	3,4 mil	Humor	Sim	Sim
Minions World	178 mil	Humor	Não	Sim
Minions	119 mil	Humor	Sim	Não
Minions •	110 mil	Humor	Sim	Não

Minions sinceros e irônicos	23 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	115 mil	Humor	Não	Sim
Minions	135 mil	Humor	Sim	Não
Minions sinceros	13 mil	Humor	Sim	Não
Minions Notícias na Hora	85 mil	Notícia	Não	Sim
Minions Fans	62 mil	Humor	Sim	Não
I Love Minions	283 mil	Notícia/Geral	Não	Sim
Os minions	152 mil	Humor	Sim	Não
Minion	40 mil	Humor	Sim	Não
Minions Irônicos	877 mil	Humor	Não	Não
Minions	48 mil	Humor	Sim	Não
Minions Irônicos	52 mil	Humor	Não	Sim
Minions	27 mil	Humor	Sim	Não
Minions sinceros	36 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	13 mil	Humor	Não	Não
Minions	104 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	42 mil	Humor/Geral	Sim	Não
Minions Cristão	85 mil	Humor temático	Não	Sim
Minion	19 mil	Humor	Sim	Não
Os Minions	24 mil	Humor	Sim	Sim
Minions	10 mil	Humor	Sim	Não
Minions	14 mil	Geral	Não	Não
Minions ;p	704 mil	Humor	Não	Sim
Minions divertidos	23 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	31 mil	Geral	Não	Não
Minions Revoltados	35 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	30 mil	Geral	Não	Não
Os Minions	81 mil	Humor	Sim	Não
Minions	196 mil	Geral	Não	Não
Minions Divertidos	26 mil	Humor	Sim	Não
Minions Engraçados	16 mil	Humor	Sim	Não
Minions	12 mil	Geral	Não	Não
Frases Minions	19 mil	Geral	Não	Não
Minions	53 mil	Humor	Sim	Não
Minions	15 mil	Humor	Sim	Não
Humor Minions	119 mil	Humor	Sim	Não
Minions fofos	8,8 mil	Humor	Sim	Sim
Videos minions	22 mil	Humor	Sim	Não
Minions Sinceros	51 mil	Humor	Sim	Não
Minions Mini	7,8 mil	Notícias	Não	Sim
Frases dos Minions	482 mil	Humor	Não	Sim
Minions Engraçados	89 mil	Humor	Sim	Não
Minions Sinceros	31 mil	Humor	Sim	Não
Minions Crentes	13 mil	Humor temático	Não	Não

Festa Minions	14 mil	Geral/Produtos	Sim	Não
Minions Sinceros	67 mil	Humor	Não	Não
Minions Fans	48 mil	Humor	Não	Não
Humor dos Minions	60 mil	Humor	Sim	Não
M i n i o n s	8,7 mil	Humor	Sim	Não
Minions.	6,4 mil	Geral	Não	Não
Minions Frases	102 mil	Humor	Não	Não
Minions indelicado	31 mil	Geral	Sim	Não
Minions ignorantes.	13 mil	Humor	Não	Não
Minions •	10 mil	Geral	Sim	Não
Minions frases	48 mil	Humor	Sim	Não
Minions Irônicos e Sinceros	65 mil	Humor	Sim	Não
Minions Irônicos e Sinceros	68 mil	Humor	Não	Não
Minions Brasil	695 mil	Humor	Não	Sim
Os Minions	34 mil	Humor	Sim	Não
Minions Para Fãs	702 mil	Geral	Não	Não
Humor Minions	1,7 mi	Humor	Sim	Sim
Minions.	56 mil	Geral	Sim	Não
Minions Católicos-Oficial	280 mil	Humor temático	Não	Sim
Minions Sinceros	47 mil	Humor	Sim	Sim
Minions Paradise	219 mil	Divulgação de jogo	Sim	Não
Minions	22 mil	Geral	Sim	Não
Minions.	27 mil	Humor	Não	Não
Videos minions	22 mil	Humor	Sim	Não
Humor Minions	119 mil	Geral	Não	Não
Minions fofos	8,9 mil	Humor	Sim	Sim
Fãs dos Minions	302 mil	Humor	Não	Sim
Minions.	60 mil	Humor	Sim	Não
Minions	34 mil	Geral	Não	Não

Fonte: Elaboração autoral

Dentre os resultados obtidos, é possível notar páginas que possuem um grande número de curtidas (em que cada curtida significa um sujeito usuário da rede social), mas que não circulam um conteúdo, em suas publicações, sobre os minions (mesmo que traga o termo “minions” no seu título). É possível observar, em relação à quantidade de páginas que se utilizam do termo, que muitas delas, mesmo que não sejam alimentadas atualmente, mostram como os minions se difundiram das mais diferentes formas na sociedade, desde humor passional

cotidiano, sobre temas do dia-a-dia, como na esfera religiosa, bem como na esfera política (que será tratado mais adiante, com o termo “bolsominions”).

Portanto, observamos a ressignificação que os minions ganharam socialmente, fora das telas de cinema, gerando, assim, novas formas, configurações e temas em outras telas, como as de *notebook*, *smartphones* e *tablets*, e, por se tratar do acesso à rede social, selecionamos como páginas para cotejo aquelas que possuem o título, o conteúdo humorístico, as publicações relacionadas aos minions e a atualização nos últimos 2 meses (dezembro de 2018 - janeiro de 2019), pois pensamos no tema atualmente. Assim, as páginas foram escolhidas segundo o critério de número de curtidas, portanto, de visibilidade, que revela a circulação, pois desejamos observar como os minions são consumidos atualmente.

Assim, chegamos às seguintes páginas: “Minions Sinceros e Irônicos”, “Minions Ousados”, “Minions Sinceros” e “Minions Impacientes”. Nas quatro figuras a seguir, que mostram as páginas selecionadas como cotejo, observamos os minions como os protagonistas da cena relativa à franquia, assim como ocorre com os produtos culturais de consumo:

Figura 11 - Página "Minions Sinceros e Irônicos"



Fonte: *Facebook*³⁰

³⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/minionssincerosironicos/>> Acesso em: 18/12/2018.

Figura 12 - Página "Minions Ousados"



Fonte: Facebook³¹

Figura 13 - Página "Minions Sinceros"



Fonte: Facebook³²

³¹ Disponível em: < https://www.facebook.com/MinionsOusadosOficial/?ref=br_rs/ Acesso em: 18/12/2018.

³² Disponível em: < <https://www.facebook.com/oficialminionssinceros/> Acesso em: 18/12/2018.

Figura 14 - Página "Minions Impacientes"



Fonte: *Facebook*³³

Nessas páginas, voltadas para o cunho humorístico, observamos como os minions não se limitam às referências do filme do qual fazem parte, mas ganham sentidos novos a cada uso que é feito em uma publicação diferente. O caráter de interatividade é o que impulsiona a existência dessas páginas, uma vez que, embora haja autores que as alimentem por meio de publicações, sem outros sujeitos participando ativamente, as páginas não continuariam existindo, tampouco as publicações continuariam circulando. Como podemos observar, as imagens utilizadas são as do minions, tal qual presentes nos filmes da franquia, de maneira que a coloração amarela é expressiva e, assim, está em acordo com a nossa ideia de “febre amarela” – isto é, algo que está alastrado e espalhado pelos mais diferentes lugares.

Páginas com altos números de curtidas, como essas, advém de uma mudança social na forma não só da comunicação, como da interação, em que a utilização e a alimentação desses espaços dependem da socialização dos sujeitos em grupos, páginas e/ou comunidades virtuais de interesses em comum, criando uma nova forma de lidar não só o com outro, como também com o conteúdo que circula nesse ambiente – o “virtual”, segundo Lévy (2000 [1997]), não é o oposto de “real”, mas é uma dimensão possível da realidade, conforme trataremos mais adiante.

³³ Disponível em: <https://www.facebook.com/MinionsImpacientes.Of/?ref=br_rs> Acesso em: 18/12/2018.

Lévy (2000 [1997], p. 246) diz que “[...] o ciberespaço faz uma verdadeira revolução, já que permite [...] a qualquer pessoa dispensar a figura do editor, do produtor, do difusor, dos intermediários de forma geral para disseminar seus textos, sua música, seu mundo virtual ou qualquer outro produto de seu espírito.” Assim interpretamos a figura dos sujeitos que atuam como autores das páginas anteriormente citadas, como uma forma de inovação possibilitada pela configuração que o ciberespaço tem, junto à cibercultura, como um universal sem totalidade, em que cada sujeito é detentor de uma parcela de conhecimento, não concentrado em um só lugar, mas difundido nas mais diferentes formas de existência e interação do ciberespaço.

1.3 (Bolso)minions: imagem caricatural do eleitorado político

Pensando no método dialético-dialógico do estudo, realizado por cotejo, há uma relação entre as pesquisadoras e o *corpus* de pesquisa que, segundo Rufo e Siani (2017, p. 91), é um olhar que compreende o *corpus* carregado com a carga sociocultural trazida pelas próprias pesquisadoras, constituída conjuntamente na relação com o tempo do qual fazem parte, revelando, assim, o lugar único enquanto pesquisadoras e sujeito. Portanto, o lugar de onde o sujeito enuncia é importante pois revela o mundo que o cerca e, mais do que isso, as valorações que compõem e são compostas por esse mundo, por meio da linguagem. O cotejo, segundo as autoras, ocorre a partir do lugar em que sujeitos pesquisadoras estão inseridas, com suas vivências e com a época da qual fazem parte.

Assim, o nosso olhar voltado para o termo “bolsominions”, atualmente, revela um momento sócio-histórico de vivência não só pessoal, mas enquanto parte de um grupo social atravessado pelas valorações que compuseram e compõem o período pré-eleitoral, eleitoral e pós-eleitoral de 2018, no Brasil. E isso significa dizer que olhamos para os enunciados que circulam na sociedade em cotejo com nosso *corpus* de pesquisa, especificamente, referente aos enunciados produzidos acerca do termo “bolsominions”.

A produção de enunciados está ligada ao seu tempo-espaço de produção (cronotopo) e às valorações que circulam no interior de um determinado grupo social, de modo que, a partir das “leituras” feitas por esse grupo acerca do mundo que os circunda, vemos a criação do termo “bolsominions”, associando o nome do político Bolsonaro com a imagem dos minions, presente nos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito*. Bakhtin, em “Formas de tempo e de cronotopo no romance”, presente na obra *Questões de literatura e estética* (2014, p. 211) afirma que o

processo de assimilação do tempo, do espaço e do indivíduo é complexa e também intermitente, e que o indivíduo, por sua vez, se revela no tempo-espaço, isto é, no cronotopo. Portanto, pensamos que seja o cronotopo o responsável por mostrar quais são os enunciados, elaborados dentro de um gênero discursivo, os reveladores dos conteúdos temáticos sobre os quais uma sociedade ou um grupo social fala a respeito.

Machado (2010, p. 204), em seu estudo sobre cronotopia e exotopia, tratou, primeiramente, da arquitetura bakhtiniana para adentrar na questão espaço-temporal. Para ela, o mundo das relações arquitetônicas é o mundo em que o homem fala, interroga sobre si mesmo e seus outros, articulando relações interativas capazes de enunciar respostas a partir das quais os conhecimentos são construídos. Esse domínio interativo, por sua vez, é um eterno devir, porque é o espaço da construção, do inacabamento e do movimento, de forma a compreender o mundo dos eventos, dos atos éticos e da atividade estética que, segundo a autora, Bakhtin se ocupou em seus estudos.

Portanto, “[...] a arquitetura da responsabilidade revela-se um projeto conceitual sobre o espaço das relações dialógicas produzidas pelo homem” (MACHADO, 2010, p. 207), em que o sujeito, em seu lugar único da existência, interage dialogicamente com seu(s) outro(s). A autora, ainda, afirma que essa arquitetura das relações dialógicas dimensiona um ambiente de interações não só com o ponto de vista posicionado, como também com a simultaneidade de pontos de vista, representando, assim, as variações de sentido que são extrapostas ao seu campo de visão.

Com isso, pensamos no termo “bolsominions” sendo utilizado, originalmente (período pré-eleitoral de 2018) como uma crítica aos eleitores e simpatizantes do político Bolsonaro, mas que, também, foi sendo ressignificado e utilizado de uma outra forma por esse mesmo grupo, carregado de novos sentidos, criando um espaço de relações não coincidentes, segundo Machado (2010, p. 208), porque feita a partir da variedade e simultaneidade de pontos de vista criadores de um espaço não coincidente.

Segundo Machado, “A noção de que o homem é um ser de tempo, que vive no tempo, durante um certo tempo, insere a compreensão do ato ético no contexto da arquitetura” (2010, p. 208), de forma que pensamos nos enunciados surgidos como reflexos e refrações do meio no qual são concebidos. Isso significa considerar não só o espaço, mas também o tempo, como unidades inseparáveis, uma vez que o fator temporal, associado ao espaço, revelam as valorações sociais que circulam em determinados grupos e os seus embates socioideológicos pois, como afirmam Paula e Siani (2019c):

O horizonte ideológico ordenado pela arte é vivo, complexo e tenso. Como afirma Volochínov (2009), a vida refletida e refratada pelo signo se dá sob constantes transformações sociais, ou seja, é constituída por conflitos ideológicos e marcada pelas relações tensas entre grupos e seus interesses, pois todo signo ideológico é um produto da história humana e em seu interior se encontram em embate valores contraditórios (PAULA; SIANI, 2019c, p. 50).

Isso nos remete, portanto, à questão de que é por meio de narrativas (Bakhtin o fez por meio da narrativa literária, mas expandimos para diferentes enunciados, inclusive verbivocovisuais) que as mais diferentes culturas constroem conhecimento(s) sobre o mundo, sendo que eles têm relação direta com a condição espaço-temporal (MACHADO, 2010, p. 210). Isso significa dizer que os gêneros “[...] são instâncias estéticas de representação do tempo. [...] o espaço-tempo de que se ocupa Bakhtin é representação de uma classe de signos e não pode ser desvinculado das transformações nela operadas” (MACHADO, 2010, p. 210). Disso decorre que um enunciado está em diálogo passado e futuro com outros enunciados, de forma a constituir um elo na cadeia da comunicação, o que é possível vislumbrar quando esses enunciados são cotejados para observar novos e diferentes valorações em circulação, conforme Bakhtin (2011b), no artigo “Metodologia das ciências humanas”:

O texto só tem vida contatando com outro texto (contexto). Só no ponto desse contato de textos eclode a luz que ilumina retrospectiva e prospectivamente, iniciando dado texto no diálogo. Salientamos que esse contato é um contato dialógico entre textos (enunciados) e não um contato mecânico de “oposição” (2011b, p. 401).

Dessa forma, embasadas no aspecto espacial e temporal e nos enunciados surgidos como cotejo, justificamos o nosso olhar voltado, inicialmente, para o fenômeno “febre amarela ‘minions’” em produtos de consumo provenientes da indústria cultural, em vitrines de lojas e páginas de *Facebook* e, agora, também, com mais aprofundamento, no termo “bolsominions”, compreendendo a sua produção, circulação e recepção como subsequente ao fenômeno dos minions, dentro e fora das telas de cinema, como uma ultrapassagem, indo para as diferentes telas que, hoje, são um modo de operação e funcionamento do ciberespaço.

Como introduzido no item anterior, pensamos no ciberespaço como um local virtual que possibilita o surgimento de novos tipos de interação, bem como de conhecimento, fazendo-o circular de forma mais fluida e dinâmica. Pierre Lévy, ao falar sobre esse novo espaço, na obra *Cibercultura* (2000 [1997]), caracteriza-o como o novo meio de comunicação que surge por

meio da conexão entre computadores – logo, entre sujeitos. Ainda sobre uma definição dos termos, o autor diz que

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 2000 [1997], p. 17).

Com isso, pensamos nas interações estabelecidas entre os sujeitos e mediadas por computadores, mais especificamente, nas redes sociais, em que há a possibilidade de contato e de troca, possibilitando novas formas de comunicação e expressão. O crescimento do ciberespaço é uma realidade e está orientada, segundo Lévy (2000 [1997]), por três princípios fundamentais: o da interconexão, o da criação de comunidades virtuais e o da inteligência coletiva. Dessa forma, a interconexão se dá na medida em que sua dinâmica é dialógica, local ou mundial. As comunidades virtuais “[...] são construídas sobre afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos, em um processo mútuo de cooperação e troca” (2000 [1997], p. 127). A inteligência coletiva é o compartilhamento da inteligência surgida por meio de muitos sujeitos em suas diversidades, de modo que o saber está difuso em toda parte, por isso a inteligência está distribuída e não concentrada, e todo sujeito, em sua singularidade, sabe alguma coisa, portanto nenhum sujeito é capaz de saber tudo.

Assim, o crescimento, não só desse espaço, como o das relações possibilitadas por esse espaço, devem ser considerados como locais propícios às mais diferentes trocas e significações. Não há um papel centralizador dessas relações, mas sim o de fluidez, cada vez mais difícil de sistematizar, como na internet, em que cada sujeito pode assumir (assim como na vida) diferentes papéis que o posicionam de determinada maneira em detrimento de um determinado conteúdo. Com isso, estamos pensando na questão do termo “bolsominions” e em como ele se comporta na sua concepção, mas, principalmente, na mobilidade de significações na sua circulação, no contexto político brasileiro de 2018, principalmente na rede social *Facebook*.

Primeiramente, é preciso retomar como é a caracterização dos minions nos filmes, relacionados ao tom ingênuo, voltado para o cômico e o boçal na mesma medida, se pensamos no(s) sujeito(s) “eu” em relação ao “outro”. Embora tenham o tom do riso, eles sustentam uma relação sádica entre si – mas não em relação ao seu chefe, Gru. Estão constantemente rindo, batendo ou trapaceando uns com os outros, de forma a instaurar um embate dentro do próprio

grupo social, mas não contra Gru. Por isso, pensamos na imagem dos minions como o de servos fiéis que não questionam nem refletem acerca da plausibilidade das situações – roubos de monumentos históricos, trapaças e maldades explícitas não o constroem, ao contrário, os constituem.

O modo como Gru, enquanto chefe, malvado favorito, trata os minions, seus subalternos, apaga, quase de maneira total, as individualidades³⁴ de cada minions (embora eles ajam como uma massa uniforme), o que importa é que eles ajam em coerência com os objetivos de Gru em realizar feitos vilânicos e não ajam de acordo suas vontades próprias e individuais (embora a vontade – meta de vida – dos minions seja a servidão, o que coincide com a de Gru, de ter servos), como é possível observar em *Minions*: “Eles são diferentes, mas todos têm o mesmo objetivo: servir ao mestre mais perverso que puderem achar. Agradar o mestre era a razão de existência dessa tribo” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:02:03-00:02:24). A voz do narrador, embora pontue a existência de diferenças entre eles, afirma a unicidade por meio do mesmo objetivo de vida: o de agradar o mestre mais perverso.

A constituição do “eu” perpassa a visão de um “outro”, de forma que os minions, enquanto um grupo social, são considerados sujeitos destinados à servidão, sendo que, para tal constituição, é necessário que exista o vilão, o sujeito “outro” dos minions. Inseridos em um mesmo grupo social, de operários, os minions não estão submetidos à uma relação única, mas estão em constante diálogo e embate entre si, ora sobressaindo-se uma força, ora sobressaindo-se outra – sem uma conclusão dos embates entre grupos e sujeitos no interior do mesmo grupo. Por outro lado, na figura de Gru, o patrão, também não está submetido à uma relação única, mas as forças que atuam discursivamente nesse sujeito são as com vista à estabilização e homogeneização, uma vez que ele, sendo o chefe, não quer perder o poder hegemônico, bem como os seus servos – que o auxiliam a se manter nessa posição.

Portanto, ao pensarmos nos minions e na franquia com os enunciados estéticos, podemos vislumbrar diversos outros enunciados-resposta que surgiram a partir deles, principalmente nas redes sociais, de modo que compreendemos, tal qual Bakhtin, em “Os gêneros do discurso”, (2011^a, p. 297) que “[...] cada enunciado é pleno de variadas atitudes responsivas a outros enunciados de dada esfera da comunicação discursiva”, o que significa que ele pode ser uma rejeição, uma afirmação, uma confirmação etc. Contudo, ele sempre possui o

³⁴ Como já pontuamos em outros momentos, alguns minions se destacam nas cenas dos filmes da franquia e, por isso, são nomeados especificamente, como Stuart, Bob, Kevin, Phil, Dave e Jerry. Contudo, nossa pesquisa não tem como foco observar essas relações específicas (individuais) entre o patrão (Gru) e os empregados (minions), de modo que nos interessa observar, portanto, observar e analisar como o grupo enquanto minions age em favor do malvado favorito, o Gru.

caráter responsivo que o liga a outros enunciados anteriores. Por isso, ao falarmos do termo “bolsominions”, é preciso termos, mesmo de forma breve e sucinta, um perfil de sujeito dos minions em alteridade com Gru, para que possamos compreender não só a gênese do termo, mas as novas significações sociais decorrentes dele. Portanto, há uma reacentuação do discurso presente no filme e trazido para a vida, que, para Bakhtin (2016, p. 40) é uma característica da comunicação discursiva em geral.

Os “bolsominions”, termo criado e em difusão, principalmente, na internet, é utilizado para se referir a um determinado perfil de eleitorado político. De antemão, observamos que, se os bolsominions são os seguidores do até então candidato (e atual presidente), o Gru (“o malvado favorito”) é a imagem do próprio presidente, uma vez que, como brevemente explicitado, os minions precisam de um patrão a quem servir, assim como os bolsominions com o seu político. Eles agem, então, como degraus de uma escada para que o candidato político atinja o mais alto escalão social. Os bolsominions são tidos, assim como os minions, como sujeitos que não questionam as ordens, a lógica nem a veracidade: eles só agem de acordo com a necessidade da ascensão social de seu chefe.

O termo está relacionado, principalmente, com páginas de *Facebook* – o que, para nós, também revela uma das facetas da febre amarela “minions” – e, dessa forma, é possível compreendermos como o termo se relaciona com os dois lados de um mesmo contexto político: com os que denominaram os bolsominions e os que foram denominados de bolsominions. Em tais páginas, o perfil dos bolsominions, assim como está atrelado aos minions, também está atrelado à ideia de sujeitos conservadores, agressivos e que agem em grupos, geralmente, atacando minorias e pautas sociais que o seu malvado favorito também se opõe.

Nas páginas de *Facebook*, criadas com o intuito de sátira aos chamados bolsominions, há publicações que mostram como esses sujeitos pensam e (re)agem nas mídias sociais: as ideias de intervenção militar e armamento da população, da religião, da homossexualidade e, principalmente, do “cidadão de bem”, são as reproduzidas pelos bolsominions nas páginas de *Facebook*, o que se configura como um reflexo do discurso de seu líder.

Figura 15 - Bolsominion

Fonte: Shitpostbot³⁵


Na imagem, inicialmente circulada como a representação de bolsominion, observamos que a ideia dos minions está associada ao político por haver a mistura entre o rosto do Bolsonaro e a estrutura física dos minions – o corpo amarelo vestido com um macacão azul *jeans*. A imagem, quando utilizada pelo grupo que denominou o eleitorado de “bolsominions”, demonstra que enxergam, nesse tipo de sujeito, a ilusão de ser/pensar igual ao seu chefe por conta da imagem do rosto, contudo, eles são, se olharmos como um todo para sua estrutura, os próprios minions – porque a cor amarela (inclusive, também é a cor do próprio rosto) não nega tampouco engana, assim como as roupas, quem eles verdadeiramente são: servos fiéis de um (malvado favorito) político.

O critério para seleção das páginas de *Facebook* foi feito de acordo com o maior número de curtidas (portanto, maior visibilidade) e com publicações que contêm o conteúdo relativo aos bolsominions, pois, algumas páginas, embora tenham o termo “bolsominions” no título, não veiculavam esse tipo de conteúdo, apenas conteúdo político. Assim, chegamos ao total de 98 páginas em que, além da questão do número de curtidas, olhamos se o termo “bolsominions” era utilizado contrária ou a favoravelmente ao governo Bolsonaro.

³⁵ Imagem disponível em <<https://www.shitpostbot.com/sourceimage/bolsominion-586fcdf320ec6>> Acesso em: 13/09/18.

Tabela 2 - Páginas de *Facebook* com o termo “bolsominions”

Título da página	Número de curtidas	Pró ou contra o governo Bolsonaro
Bolsominions	135 mil	Contra
Bolsominions Arrependidos	52 mil	Contra
Bolsominions	5,2 mil	Pró
Bolsominions Arrependidos	10 mil	Contra
Bolsominions Arrependidos	5,5 mil	Contra
Bolsominions Sinceros	22 mil	Pró
Bolsominions da Depressão	10 mil	Contra
Bolsominions passando vergonha na sua timeline	5,5 mil	Contra
Bolsominion	3 mil	Contra
Bolsominion Arrependido	19 mil	Contra
Bolsominions Arrependidos.	4,6 mil	Contra
Bolsominions arrependidos	427	Contra
Bolsominions Patriotas	7,2 mil	Pró
Bolsominions arrependidos 3.0	2 mil	Contra
Bolsominion	30	Pró
Bolsominion	97	Não definido
Bolsominion Arrependido	5,2 mil	Contra
Bolsominions	372	Pró
Bolsominions	30	Contra
Bolsominions	468	Contra
Bolsominions Arrependidos	1,4 mil	Contra
Somos Bolsominion	10 mil	Pró
Meu Bolsominion Secreto	21 mil	Contra
Bolsominion arrependido	3,7 mil	Contra
Bolsominions arrependidos	347	Contra
Bolsominions	14	Pró
Bolsominion Gamer	1 mil	Pró
Karma Bolsominion	1,4 mil	Contra
Bolsominion Arrependido	585	Contra
Bolsominions	1	Contra
Bolsominion Arrependido	1,2 mil	Contra
A culpa é dos Bolsominions	112	Contra
Meu Bolsominion Secreto	14 mil	Contra
Zoando os bolsominions	41	Contra
Meu bolsominion secreto	1,6 mil	Contra
Todo dia Bolsominions se arrependendo por um motivo diferente	395	Contra
Bolsominion Arrependido	1,5 mil	Contra
Todo dia Tem Um Bolsominion Passando Vergonha	30 mil	Contra
Todo dia um bolsominion diferente arrependido	1,2 mil	Contra
Bolsominion	19	Pró

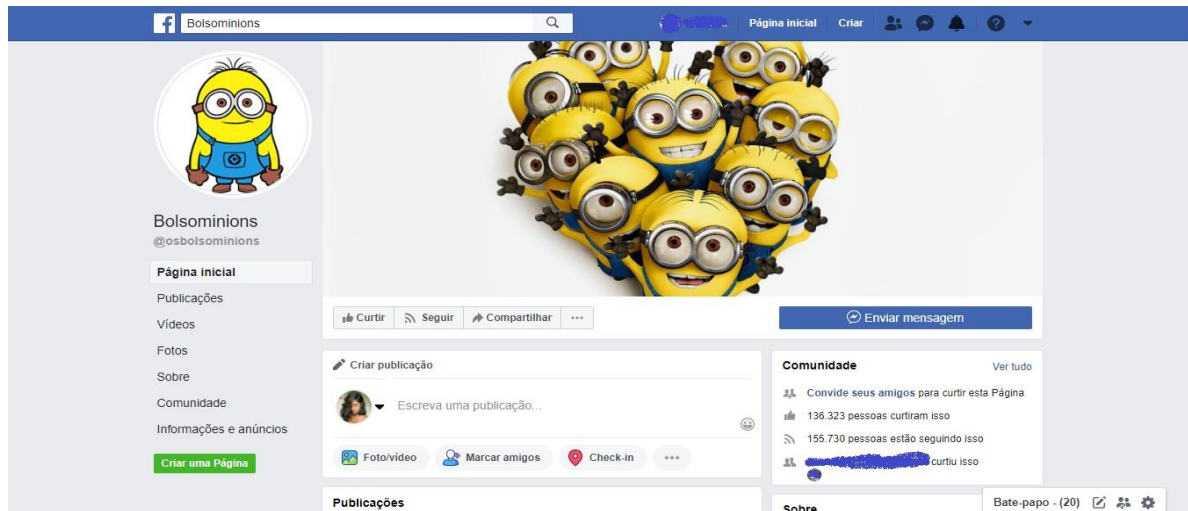
Barbie Bolsominion	79	Contra
Bolsominion Arrependido	240	Contra
BOLSOMINION	11	Pró
Vamos criticar os Bolsominions porque é divertido	1,7 mil	Contra
Meu Bolsominion Arrependido	3,9 mil	Contra
Todo dia um bolsominion diferente arrependido	1,1 mil	Contra
Todo dia um Bolsominion arrependido	8,8 mil	Contra
A Bíblia segundo os bolsominions	285	Contra
Bolsominion Indignado	1,2 mil	Contra
Meu Bolsominion Secreto	1,2 mil	Contra
Zoando os Bolsominions	89	Contra
Todo dia um Bolsominion arrependido	3,7 mil	Contra
Meu bolsominion secreto	851	Contra
Bolsominion Arrependido	1,4 mil	Contra
Bolsominions DA Depressão	52	Não definido
A Fantástica Fábrica De Bolsominions	308	Contra
Bolsominion Opressor	561	Pró
Argumentos bolsominions	185	Contra
Bolsominion Arrependido	641	Contra
Todo Dia Um Bolsominion Diferente Passando Vergonha	7,4 mil	Contra
Capitão América Bolsominion	608	Contra
Bolsominions argumentando	365	Contra
Todo dia um Bolsominion arrependido.	821	Contra
Todo dia um bolsominion arrependido diferente	3,6 mil	Contra
Todo dia um bolsominion arrependido	3,7 mil	Contra
Discursos de ódio de bolsominions	106	Contra
Bolsominions arrependidos	6	Contra
Bolsominions passando vergonha Domingo	44	Contra
Já lembrou um bolsominion hoje?	776	Contra
Bolsominion Rei dos Baixinhos	37	Contra
Nação Bolsominions 	110	Pró
Bolsominion, é a mãe	2,3 mil	Pró
Bolsominions Opressor 2.0	23	Contra
Todo dia um bolsominion passando vergonha	761	Contra

Bolsominions 2010	13	Não definido
Todo Dia Um Bolsomínion Passando Vergonha Na Internet	34	Contra
MPB ensinando as crianças do futuro a zoar bolsominions na escola	47	Contra
Bolsominions arrependidos	54	Contra
Bolsominion Com Orgulho	19	Pró
Bolsominion Arrependido	83	Contra
Bolsominions sim	14	Pró
Bolsominions Orgulhosos	23	Não definido
Turmalina DOS Bolsominions	1	Contra
Bolsominions Porque Sim	2	Pró
Argumentos de Bolsominions	11	Contra
BolsoMinions Arrependidos Ofc	9	Não definido
Bolsominions contra o PT	453	Pró
Querido bolsominions	10	Contra
Bolsominions de Nova Iguaçu	28	Pró
Bolsominion Orgulhoso	1	Contra
Bolsominions Em Defesa Da Pátria	46	Contra
Ajudando os Bolsominions	53	Contra
Bolsominions ensinando interpretação de texto pra defender absurdos	1	Não definido
Bolsominions da Opressão	42	Pró
Bolsominions Arrependidos	16	Não definido
Bolsominion da depressão	229	Contra
Os Bolsominions	37	Pró

Fonte: Elaboração autoral

Chegamos, dessa forma, a quatro páginas desfavoráveis ao governo Bolsonaro, intituladas “Bolsominions”, “Todo dia Tem um Bolsominion passando Vergonha”, “Meu Bolsominion Secreto” e “Bolsominions Arrependidos” e quatro páginas favoráveis ao governo Bolsonaro: “Bolsominions”, “Bolsominions Sinceros” “Bolsominions Patriotas” e “Somos bolsominion”, de forma que cada página, divididas nesses dois grupos, fazem um uso ressignificado do termo “bolsominions”. Nas quatro primeiras páginas de *Facebook*, conforme ilustradas a seguir, temos a apresentação dos dados em seu cronotopo e, assim, podemos observar as críticas que são feitas relacionadas a esses sujeitos, mediante as imagens que compõem a foto de perfil e a foto de capa que ironizam, satirizam e denunciam desse tipo de apoio ao político:

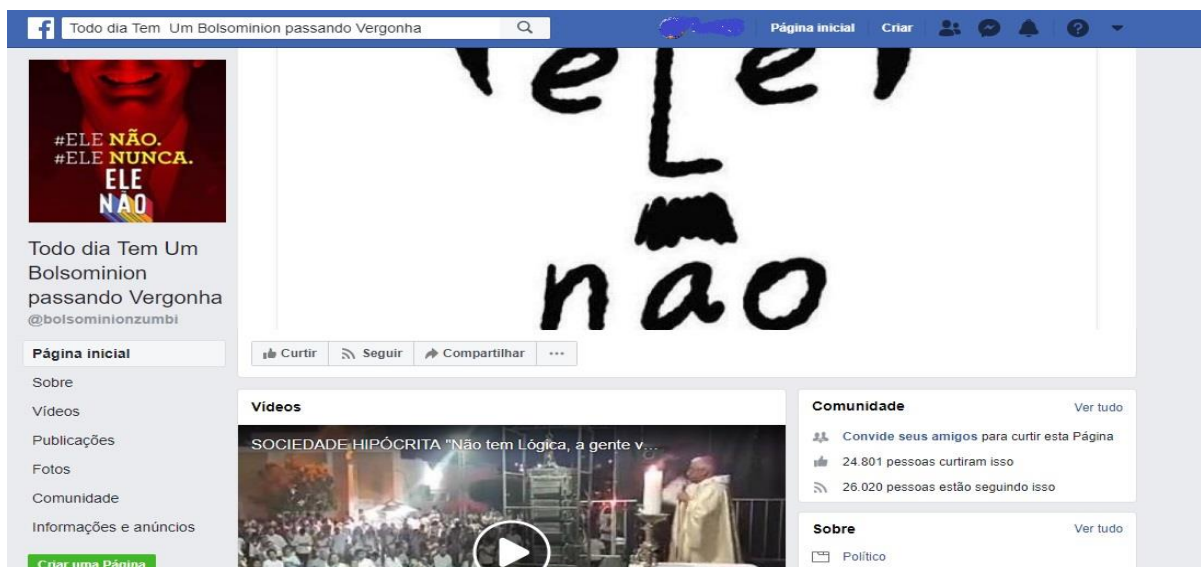
Figura 16 - Página "Bolsominions"



Fonte: *Facebook*³⁶

Como observamos a partir da fotos de perfil e de capa dessa página e das outras que seguem, as imagens associam os minions ao eleitorado político ao trazer diretamente a imagem dos minions, em um grupo, dispostos em formato de coração, em referência ao apoio que fazem ao político, associando a imagem dos minions, que estão no âmbito da arte, com o político, no âmbito da vida.

Figura 17 - Página "Todo dia Tem um Bolsominion passando Vergonha"



Fonte: *Facebook*³⁷

³⁶ Disponível em: <<https://www.facebook.com/osbolsominions/>> Acesso em: 16/02/2019.

³⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/bolsominionzumbi/?ref=br_rs> Acesso em: 14/09/2018.

Na página, há imagens em referência ao movimento “#elenão”, criado com o intuito de manifestação contrária ao político, liderada pelas mulheres, que teve início no primeiro turno eleitoral brasileiro, em que, na imagem em questão, as palavras do “#elenão” formam o rosto de uma pessoa que se assemelha ao político, mas também se assemelha a Hitler, pela forma como a acentuação da vogal nasal “ã” foi desenhada, remetendo ao bigode-símbolo do nazista, mas também ao político brasileiro.

Figura 18 - Página "Meu Bolsominion Secreto"

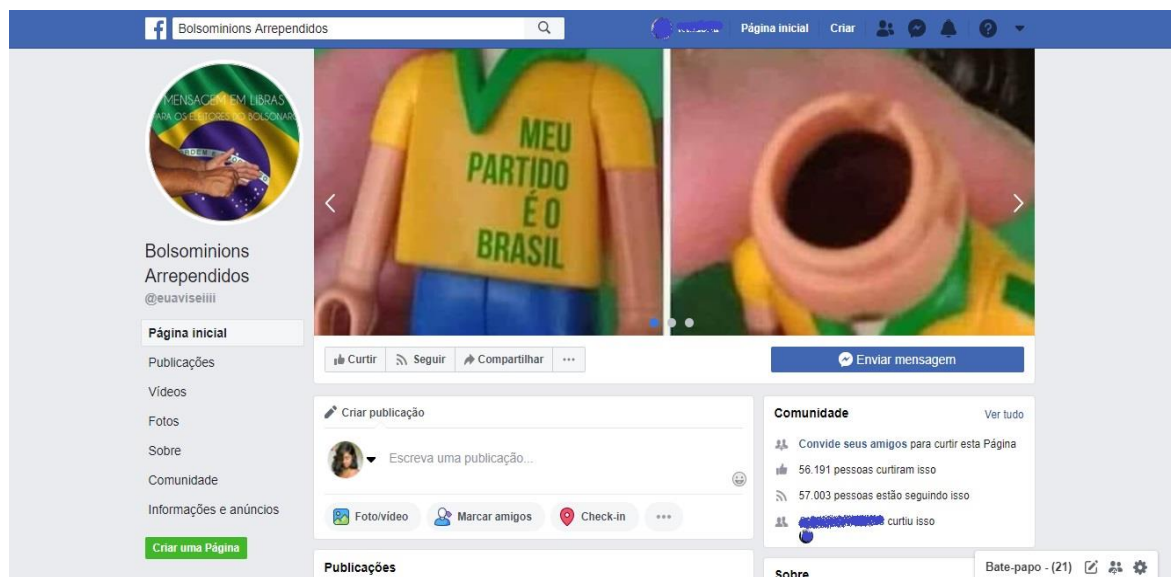


Fonte: *Facebook*³⁸

Já nessa terceira página, há uma imagem em que lemos “O cidadão de bem gosta tanto de família que tem logo duas”, como uma referência sarcástica aos valores pregados pelos eleitores e apoiadores do político, baseados, fundamentalmente, em família e religião, mas só para os holofotes de redes sociais e palanque, uma vez que a página se propõe a revelar os segredos dos eleitores e apoiadores que, dessa forma, vão contra o discurso pregado por eles mesmos, como fazer tudo em nome da família e ter, portanto, duas, a “tradicional” e a extraconjugal.

³⁸ Disponível em: <<https://www.facebook.com/Meu-Bolsominion-Secreto-896873324034744/>> Acesso em: 16/02/2019.

Figura 19 - Página "Bolsominions Arrependidos"



Fonte: *Facebook*³⁹

Na quarta e última página, criada após a vitória do político como presidente do Brasil, o termo “bolsominions” é utilizado para se referir aos eleitores que acreditaram nas promessas e falas do político mas se arrependeram em pouco tempo, visto que perceberam não serem coerentes as medidas que foram sendo tomadas, mesmo antes de tomar a posse do cargo. Na imagem de perfil, vemos, na bandeira do Brasil, o enunciado “Mensagem em libras para os eleitores do Bolsonaro” e duas mãos, uma aberta e outra fechada, se tocando, em referência aos eleitores terem se dado mal diante de seu voto.

A questão da mensagem em libras, a língua brasileira de sinais, atua como uma sátira em forma de crítica diante do discurso feito durante a posse pela primeira-dama, Michelle Bolsonaro, em libras, que muitos eleitores e apoiadores viram como um gesto nobre e empoderado, não fosse o ministro da Educação, no dia seguinte, acabar com a educação que cuida, dentre outras necessidades, dos surdos. Ainda, na foto de capa dessa página, vemos a montagem em que há, na primeira imagem, um boneco de brinquedo uniformizado como um jogador de futebol, com o enunciado “Meu partido é o Brasil” e, na imagem seguinte, a parte superior da cabeça do boneco é retirada e revela-se oca, como se os eleitores do político fossem iguais ao boneco, destituídos de cérebro, logo, de inteligência e incapazes de pensar pela ausência do órgão.

³⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/euaviseiiii/?ref=br_rs> Acesso em: 16/02/2019.

Como é possível observar, as páginas não trazem montagens ou imagens dos bolsominions com a associação direta aos minions (tal qual representados nos filmes), mas fazem a associação, majoritariamente, por meio das ações que assemelham os eleitores aos minions: a defesa de um político-vilão-malvado favorito, o fanatismo e apoio “cego” para a ascensão ao poder, a falta de questionamento sobre as ações, dentre outras coisas. Dessa forma, vemos como as associações feitas pelo grupo de oposição caracterizam a forma como eles veem não só o grupo composto por bolsominions, mas também o próprio político.

Percebemos como um conteúdo, proveniente da arte, volta para o solo social com um novo tema, no caso, como uma crítica a um grupo social específico, pois se aproveitam de características presentes nos filmes para estabelecer uma relação entre a vida e a arte – a constituição dos sujeitos minions, cujo objetivo de vida é a servidão, não possuem capacidade de pensamento autônomo e coerente, sua linguagem é inarticulada e limitada, não questionam, mas só obedecem e reproduzem, dentre outras características.

Para os sujeitos autores dessas páginas, um processo semelhante ocorre com a identificação do Gru em relação ao candidato político, embora não haja a correlação nem a menção nessas páginas, entre um e outro, Gru e o Bolsonaro. Entretanto, é possível estabelecer tal relação, uma vez que para o sujeito “eu” ser bolsominion, ele precisa, por alteridade, de um “outro” – e nisso não cabe só os sujeitos com visão política contrária e que os denominaram assim, mas se enquadra, principalmente, o patrão, o explorador, o chefe – o malvado favorito, que propiciou a criação e a associação do seu próprio nome com a imagem que é apreendida do seu eleitorado (minions, servos fiéis), resultando nos bolso-minions.

Volóchinov (2017 [1929], p. 227-8, grifo do autor) faz uma distinção entre “tema” e “significação” na língua, pertinente para a compreensão do que ocorre com o termo “bolsominions”, por nós estudado. Inicialmente, ele diz que “O sentido da totalidade do enunciado será chamado de seu *tema*” e ressalta que o tema deve ser único para que seja possível falar do enunciado, porque assim como este, ele é individual e irrepetível, expressando a situação histórica que o gerou. Continuando, diz que “[...] o tema do enunciado é definido não apenas pelas formas linguísticas que o constituem – palavras, formas morfológicas e sintáticas, sons, entonação – mas também pelos aspectos extraverbiais da situação” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 228).

Isto é, o contexto em que o enunciado surgiu é condição necessária para que ele seja compreensível, uma vez que os aspectos extraverbiais da situação estão interligados de maneira constitutiva, não fortuita, fazendo com que o momento histórico ao qual o tema pertence seja tão concreto quanto o enunciado é por si próprio – a metalinguística/translinguística

bakhtiniana. Desse modo, quando falamos do termo “bolsominions”, surgido como cotejo por meio de publicações do *Facebook*, não podemos nos esquecer do contexto político eleitoral brasileiro no ano de 2018 que, ao viralizar o termo, deu a cada uso, um novo tema – enquanto signo ideológico. Por isso que, junto ao tema, também está a significação, entendida como “[...] aqueles aspectos do enunciado que são *repetíveis e idênticos a si mesmos* em todas as ocorrências” (p. 228 – grifos do autor). Volóchinov ressalta que “Não há tema sem significação, como não há significação sem tema” (2017 [1929], p. 229), de modo que eles são inseparáveis em termos de realidade linguística:

Mais do que isso, não é possível nem mostrar a significação de alguma palavra isolada [...] sem torná-la um elemento do tema, isto é, sem construir um enunciado [...]. Por outro lado, o tema deve apoiar-se em alguma significação estável, caso contrário, ele perderá a sua conexão com aquilo que veio antes e que veio depois, ou seja, perderá totalmente seu sentido (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 229)

Por isso é que o autor concebe as duas realidades juntas, embora sejam distintas, porque se uma existir sem a outra, o enunciado perde em algum aspecto, seja no sentido que o liga à história, seja no tom dado a cada novo uso que é feito dele. Ponzio (2008, p. 91) diz que pelo fato do tema possuir um caráter valorativo, ele requer, por isso, uma compreensão ativa, uma relação de interação dialógica. Para Volóchinov, “Toda verdadeira compreensão é ativa e possui um embrião de resposta” (2017 [1929], p. 232), sendo que a compreensão de um enunciado alheio revela nossa orientação em relação a ele, de modo que acrescentamos, assim, nossas palavras responsivas, pois toda compreensão é dialógica, uma vez que ela “[...] busca uma *antipalavra* à palavra do falante” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 232 – grifo do autor).

Assim sendo, a significação é reiterável enquanto signo linguístico (“bolsominion” – a palavra enquanto signo neutro), mas o tema é diferente em cada uso feito – e é assim que “bolsominions” passa a ser um signo ideológico, pois traz a valoração de cada sujeito que o utiliza. Junto ao tema e à significação, Volóchinov (2017 [1929]) destaca o papel da avaliação social contida na palavra e transmitida por meio da entonação expressiva, de modo que ela está ligada aos diferentes sentidos que a palavra adquire em um contexto específico de uso:

Qualquer palavra realmente dita não possui apenas um tema e uma significação no sentido objetivo, contudístico dessas palavras, mas também uma *avaliação*, pois todos os conteúdos objetivos existem na fala viva, são ditos ou escritos em relação a certa ênfase valorativa. Sem uma ênfase valorativa não há palavra (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 233 – grifo do autor).

Dessa forma, além de pensarmos na significação e no tema que o termo “bolsominions” adquire a cada uso, atentamo-nos para a ênfase valorativa que o termo abarca em cada publicação, pois a depender do autor do enunciado e/ou da página veiculada etc., os sentidos são diferentes e, com isso, o termo pode ganhar sentidos outros, positivos ou negativos, em concordância ou recusa, a depender do tema transmitido. O Círculo de Bakhtin, ao pensar na linguagem viva, pensa a interação entre os sujeitos que produzem e são produtos da linguagem. Se o enunciado é a real unidade da comunicação discursiva, como apontam os pesquisadores do Círculo de Bakhtin, o enunciado é dialógico. Nele, podemos encontrar embates entre índices de valores sociais distintos, o que justamente é a ideia de linguagem viva, sendo o enunciado a materialização dessas valorações.

Os sujeitos estabelecem diálogos por meio de seus enunciados que revelam sua responsabilidade e responsividade na existência. Assim é que o Círculo de Bakhtin discorre sobre o não-álibi na existência, mas sempre pensa o posicionamento do sujeito por meio do diálogo entre enunciados, sempre em embate. Assim, ao observarmos que, embora majoritariamente o termo se refira aos bolsominions carregado de valoração pejorativa, em relação aos seguidores fiéis e alienados de um político, é possível depreender um outro tipo de uso que decorre do primeiro termo, observados no movimento de sentido positivo do termo “bolsominions”.

Isto é, os sujeitos que são chamados de bolsominions se apropriam do termo para propagar a mensagem do seu candidato político malvado favorito. Então, no lugar de negarem o termo “bolsominions” (visto que se trata de uma crítica feita contra o eleitorado e apoiadores), eles afirmam que são, sim, bolsominions – dando, assim, um novo sentido que, embora parta do primeiro, distancia-se por colocar características positivas vinculadas não só ao político, mas também ao próprio eleitorado, como é possível observar nas imagens a seguir, que são dos perfis previamente selecionados. Um outro valor, portanto, é colocado no termo “bolsominions” e essa ressignificação ocorre por meio do diálogo entre duas concepções diferentes acerca de um mesmo signo.

Como será possível observar, a imagem dos minions é valorada de maneira positiva em relação ao político, uma vez que, pelas fotos de capa e fotos de perfil das páginas, embora vejamos imagens semelhantes às páginas apresentada anteriormente, estão colocadas de maneira contrária, em que o sentido deixa de ser de crítica e pejorativo para se tornar de apoio e alegria.

Figura 20 - Página "Bolsominions"



Fonte: *Facebook*⁴⁰

Na primeira página, a montagem feita com um minion engravatado e com armas nas mãos, uma das ideias defendida pelo grupo social relacionado ao armamento da população, e, na foto de capa, podemos observar como as figuras dos minions, em massa, estão de maneira semelhante à concebida nos filmes (sem estar em uma montagem com a cabeça do político, como vimos anteriormente), de forma que está associada, aqui, ao próprio político, o que denota a maneira positiva com a qual “ser minions” é vista, uma vez que, estando ao lado do político, com os braços erguidos, em um gesto de comemoração e aprovação de quem ele é, os (bols)minions se afirmam como servos – tal qual os minions são nos filmes.

Ainda, é possível observar que nas roupas dos minions, acompanhados do político, foi feita uma montagem no macacão *jeans* azul, em que as cores verde e amarela, simbólicas durante a campanha do político, por remeter à questão do patriotismo, uma vez que as cores da bandeira do Brasil são o verde e o amarelo, fazem parte da vestimenta dos minions. Assim, tem-se uma típica imagem dos bolsominions criado pelo grupo de apoio ao candidato: eles são muitos, agem em massa, sempre uniformizados com as cores verde e amarela, como um gesto de “amor” à pátria e ao que o governo do político representa ao Brasil, pelos valores pregados.

⁴⁰ Disponível em: <<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/>> Acesso em: 14/09/2018.

Figura 21 - Página "Bolsominions Sinceros"



Fonte: *Facebook*⁴¹

Nessa página, observamos o patriotismo relacionado aos minions de maneira mais clara, pois as cores verde e amarela estão em quase toda a foto de capa, inclusive na roupa do minion, que perdeu o tom azul e adquiriu o tom verde, junto à bandeira do Brasil, na montagem. Aqui, o patriotismo, além de ser exaltado pelas cores simbólicas do país, também está presente na montagem dos minions com um dos quatro símbolos oficiais da nação, o das Armas Nacionais, representantes da honra, da glória e da nobreza brasileira. O termo “bolsominions”, no título, é seguido pelo adjetivo “sinceros”, mais uma vez o que é “ser (bolso)minions” é valorado de forma positiva, uma vez que o grupo social ao qual pertencem os bolsominions não se apegam ao tom crítico e ácido com o qual o termo surgiu, mas o utilizam para reafirmarem uma crítica feita a eles mesmo, entretanto, constituindo a página com características próprias do grupo, que são, para eles, motivo de orgulho (afinal, estampa a foto de capa da página), não de riso, como é feito pelo grupo de oposição.

⁴¹ Disponível em: <<https://www.facebook.com/bolsominionssinceros/>> Acesso em 14/09/2018.

Figura 22 - Página "Bolsominions Patriotas"



Fonte: *Facebook*⁴²

Na terceira página, a foto de perfil é uma montagem feita com o termo “bolsominions” utilizando a mesma fonte tipográfica do filme *Minions* (2015), em que o patriotismo está presente não só no título da página, “Bolsominions Patriotas”, como também na foto de capa, em que há a imagem do político com a faixa presidencial. Como é possível observar nessa e nas outras páginas, há um aproveitamento dos elementos visuais dos filmes para ressignificarem o uso do termo criado pelo grupo oposto, carregando-o de valores voltados à pátria e aos bons costumes, a seu ver, trazendo elementos que exaltam o governo atual, seja por meio das cores verde e amarelo, pela faixa presidencial ou pela própria imagem do político, atual presidente.

⁴² Disponível em: <<https://www.facebook.com/bolsominionsPatriotas/>> Acesso em: 16/02/2019.

Figura 23 - Página "Somos Bolsominion"



Fonte: *Facebook*⁴³

Nessa quarta e última página, não há a figura dos minions, de maneira dialógica, na foto de perfil nem na foto de capa. As imagens trazidas são as de Bolsonaro, sendo que a de perfil já antecipa a campanha presidencial de 2022, com a *hashtag* #elesim2022 (em resposta de oposição ao movimento de resistência da *hashtag* #elenão, criada e difundida amplamente em 2018). Ainda, na foto de capa, há mais uma imagem de Bolsonaro com o enunciado “Um homem / Uma Lenda / Um Mito”, sendo que tais adjetivações são como o seu eleitorado comumente o enxerga e o referencia.

Ressaltamos, ainda, o diálogo estabelecido, por meio do cotejo, com a figura do Indiana Jones, um personagem de uma franquia de filmes hollywoodianos. Considerado um dos maiores heróis da história, Indiana Jones é um arqueólogo e participa das mais diferentes aventuras, o que lhe confere o título de herói, além de ser representado e lembrado pelos seus objetos pessoais, no caso, o chapéu e o chicote, que são sua marca registrada. Por isso, ao trazer a imagem de Bolsonaro como um Indiana Jones, um herói ou como a própria montagem diz “uma lenda”, há um diálogo estabelecido entre diferentes outras produções e ressignificada de acordo com os propósitos desse grupo.

Ou seja, colocar o chapéu (um signo ideológico) de Indiana Jones em Bolsonaro é, para o grupo que o apoia e veicula esse tipo de conteúdo nas redes, transformá-lo em um herói igual

⁴³ Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/somosbolsominion/photos/?ref=page_internal> Acesso em: 15/08/2019.

ao do cinema estadunidense, aproximando, portanto, arte (Indiana Jones) e vida (Bolsonaro) de acordo com as valorações presentes nos filmes. Então, ser um homem, uma lenda e um mito (como está escrito na imagem) é ser tudo isso como o Indiana Jones é. Por fim, mesmo que não de maneira exagerada, em tons mais suaves, as cores verde e amarelo aparecem na lateral dessa imagem, como cores típicas desse momento político vivenciado, tornando-se não mais as cores da nação, mas desse eleitorado político específico (que tem como lema a nação). Mais uma vez, é o chapéu do Indiana Jones enquanto signo ideológico, não em qualquer sujeito, mas em Bolsonaro, como herói da nação (o verde e o amarelo, sutis, nos remetem a isso).

O caráter ideológico, presente em todos os enunciados anteriores, aproxima o que está na arte com o que está na vida. Isto é, há uma reelaboração do plano estético para o plano social, em que, a partir do filme, depreende-se um novo termo associativo a um grupo específico, como é o caso dos bolsominions. Onde está o signo está, também, a valoração que ele carrega, isto é, o signo ideológico é capaz de conferir diferentes sentidos a depender dos diferentes horizontes sociais que o compõe.

O signo ideológico, como sabido, reflete e refrata a realidade, sendo que pode manter-se fiel a ela, assim como distorcê-la à sua maneira, como uma multidão de fios dialógicos que perpassam o enunciado. A partir disso, Bakhtin, em *Questões de literatura e de estética* (2014), mais especificamente em “O discurso no romance”, introduz a noção de vozes sociais para designar os “[...]complexos semiótico-axiológicos com os quais determinado grupo humano diz o mundo” (FARACO, 2009, p. 56). Com isso, ao falarmos de ideologia e, conseqüentemente, de voz social, devemos pensar em quais são as concepções de mundo que cada grupo social traz para suas interpretações e leituras de mundo que, conseqüentemente, se difere de um outro que se difere de um outro grupo e assim por diante, em um diálogo de enunciados passados e futuros sem fim.

Por isso, quando pensamos no termo “bolsominions”, enquanto significação, e nos temas que surgem em decorrência dele, não podemos deixar de observar a situação concreta que o gerou, isto é, o contexto, porque o tempo e a história carregam as marcas dos valores que circulam entre os sujeitos à época. Assim, as vozes sociais não podem estar apartadas do seu contexto, pois se a sua representação está contextualizada, não é possível que haja “más” interpretações, isto é, interpretações que, dentro daquela organização sócio-histórica, não circulariam nem circulariam.

Sendo múltiplas, as vozes sociais também estão presentes em diferentes interações sociais, isto é, mesmo que associadas a um grupo específico, os sujeitos que o constitui são diferentes, heterogêneos – únicos –, de forma que os sujeitos são universos de valorações

diferentes, mas que compõem visões de mundo semelhantes, o que faz com que a voz social presente e característica naquele grupo os defina como tal, como é o caso, por exemplo, do patriotismo presente nas páginas em que observamos o termo “bolsominions” ser valorado de forma positiva, fazendo com que a forma com a qual o grupo interpreta o mundo – nesse caso, a questão do patriotismo – seja característica da voz social que representa o grupo.

O intuito do estudo em ciências humanas não é a produção de verdade, mas a compreensão do social e isso pode se dar de diferentes formas. Nesse caso, o método condutor é o dialético-dialógico realizado por cotejo que, em consonância com o pensamento bakhtiniano, “[...] cotejar é mostrar/auscultar as diferentes vozes constitutivas de um mesmo enunciado, colocando-o em relação interativa com outros enunciados e ampliando seus contextos” (SCHERMA, 2017, p. 205). Por esse motivo trazemos as páginas dos bolsominions como cotejo para os filmes da franquía, pois entendemos que eles revelam outras formas de compreender, socialmente, o que é ser minions – e mostram, de uma maneira atual e local, o que é entendido pelas vozes sociais do trabalho, do patrão e do servo materializado nos filmes e presentes na vida.

Como foi possível observar por meio das páginas, visualizamos três momentos distintos do termo “bolsominions”. Em um primeiro momento, pré-eleitoral (anterior ao mês de outubro de 2018), o termo foi empregado pelo grupo oposto ao governo de Bolsonaro, em que foi utilizado como forma de crítica ao posicionamento não só do próprio político, mas também de seu eleitorado, pelo comportamento assumido, e, nesse mesmo momento, o movimento de novos sentidos do termo já foi criado, em que os denominados “bolsominions” surgiram como uma reação, afirmando-se como tal, contudo, essas páginas e publicações não eram alimentadas de maneira expressiva.

Já no momento eleitoral (mês de outubro de 2018), é possível observar um maior uso do termo, feito por ambos os grupos (favoráveis e desfavoráveis), sendo que o termo se popularizou e entrou em difusão pelas redes sociais, não só o *Facebook*, como outras. E, posteriormente, no período pós-eleitoral (novembro de 2018 em diante), o termo continuou em uso e circulação, tanto de maneira positiva quanto negativa em relação ao político, sendo possível observar, nesses três momentos diferentes, publicações não só nas páginas que trazem o termo no título, mas em outras páginas também.

Por isso pontuamos a importância da temporalidade (junto à espacialidade) para pensarmos a concepção e a circulação do termo que, no momento de escrita do projeto, não possuía a mesma expressividade que atualmente possui, merecendo, assim, o destaque devido

durante o estudo, como uma forma de compreensão da recepção dos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito* no Brasil. Machado diz que

No contexto do dialogismo, é o gênero que se encarrega de explicitar a convergência desse embate sendo, por conseguinte, o dispositivo por meio do qual o sistema artístico mostra que tem por matéria de experimentação e de vivência o grande tempo das culturas como um *continuum* (MACHADO, 2010, p. 211).

Com isso, a autora pensa que os enunciados são um campo fértil de investigação, porque neles estão presentes os discursos sobre o mundo, sendo possível, portanto, pensar as relações dialógicas. Assim é que entendemos o termo “bolsominions” no contexto brasileiro atual, como reflexo e refração não só do momento vivido na política, mas também da leitura que é de uma obra de produção estadunidense e que foi circulada e recebida no Brasil, como a franquia *corpus* desse estudo. Pensamos, então, nos “bolsominions” não como algo particular do Brasil por conta do político Bolsonaro ser brasileiro, mas também porque é um termo produzido e em uso aqui, visto que poderia, pelas aproximações de ideais entre os presidentes, ter sido utilizado nos Estados Unidos em razão do discurso semelhante do presidente Donald Trump, como “trumpminions”, mas tal uso não é expressivo como “bolsominions” o é.

2 Da teoria às telas: a filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin

Pensar nos minions dentro e fora das telas de cinema requer uma teoria que pense como a arte e vida estão imbricadas, uma vez que não entendidas como algo isolado, mas com elaborações formais da linguagem diferentes. Os minions e Gru são, assim, sujeitos tais quais os sujeitos da vida, embora tenham um acabamento lúdico e “irreal”, dada a especificidade do gênero filme. Com isso, podemos pensar na ideologia presente nas situações envolvendo ambos os sujeitos, bem como podemos pensar no que implica ser, socialmente, minions e Gru, tanto nas telas de cinema, quanto fora delas, pois essa relação é expandida não só para o consumo de produtos culturais que provém de uma arte, como também se expande para as redes sociais, como é o caso das ressignificações surgidas a partir dos minions, como o termo “bolsominions”.

Como forma de análise e reflexão dos filmes que fazem parte do *corpus*, bem como de enunciados que surgem como cotejo (páginas de *Facebook*), faremos, a seguir, uma discussão acerca dos principais conceitos teóricos que norteiam o estudo, de forma a relacionar o que é visto nas telas (de cinema e computadores/*smartphones*) com a teoria (e vice-versa), sendo que cada tópico abordado (embora se constitua como um conceito “isolado”) não está apartado do todo que é a teoria bakhtiniana, mas apenas se encontra dessa forma para melhor visualização e discussão de cada conceito, principalmente para fins de análise. Contudo, ressaltamos que a todos os conceitos são entendidos em diálogo com outros, como forma de compreendermos a filosofia da linguagem como um todo, que não se esgota em uma ou outra obra, mas percorre diferentes obras de diferentes autorias.

Sendo assim, no primeiro tópico, “2.1 A linguagem como organismo vivo: verbivocovisualidade, enunciado e diálogo”, discutiremos como a linguagem é concebida como um organismo vivo pelo Círculo de Bakhtin, além das suas potencialidades e materialidades, concretizadas (ou não), no enunciado que, por sua vez, é dialógico, por estar ligado à uma cadeia verbal passada e futura a ele. A seguir, passamos para a discussão, no tópico “2.2 O signo ideológico e os reflexos e refrações sociais dos minions”, sobre como essa concepção revela noções de mundo distintas para diferentes sujeitos, revelando os posicionamentos nos filmes que não se limitam ao âmbito da arte, e vão para os produtos e páginas de *Facebook* com uma carga avaliativa diferente, ou seja, ressignificada. No tópico “2.3 Eu-outro em embate: o ser ‘minions’ dentro e fora de diferentes telas”, por fim, encerramos com uma reflexão acerca do que é ser “eu” e “outro”, no filme, com os minions e Gru, e,

também, na vida, com as diferentes ressignificações que esses sujeitos recebem, mostrando a forma como suas imagens são concebidas socialmente.

As principais obras do Círculo de Bakhtin que sustentam a discussão teórica acerca da filosofia da linguagem são *Marxismo e filosofia da linguagem* (2017 [1929]), *Estética da criação verbal* (2011 [1979]), *O método formal nos estudos literários* (2012 [1928]), *Questões de literatura e de estética* (2014) e *Problemas da poética de Dostoiévski* (2018 [1963]), assim como artigos e livros organizados por pesquisadores e estudiosos da área, tais como Faraco, Paula, Ponzio, Miotello, Souza, Geraldi, Sobral, dentre outros.

2.1 A linguagem como organismo vivo: verbivocovisualidade, enunciado e diálogo

O tema da linguagem para o Círculo de Bakhtin é concebido de diferentes formas, dentre elas, como atividade voltada à dimensão da vida, como ato único e singular, carregada de expressividade e atitude valorativa dos sujeitos em relação ao seu objeto discursivo. A linguagem é vista como constitutiva, intrinsecamente, ao enunciado e às situações sociais de sua realização e como enunciado concreto, em que é possível observar a sua dimensão singular, plurivalente, concreta e irrepitível. A linguagem comporta a dimensão discursiva, pensando as relações dialógicas via discurso. Ainda, a linguagem é vista a partir de algumas características, como as estratificações social, ideológica, intencional e valorativa que se fundam nas relações dialógicas entre as vozes sociais e ideológicas, bem como na tensão entre as forças de centralização e descentralização (forças centrípetas e centrífugas, respectivamente) da língua (GEGE, 2013, p. 66-7).

Conceber a linguagem é de suma importância para a compreensão do social, visto que ambas as questões estão ligadas entre si. O Círculo de Bakhtin se dedicou, ao longo de seus estudos, sobre essa questão, de modo que as reflexões são feitas em diferentes obras e não se centram em um único autor. Por volta de 1925/1926, como aponta Faraco, há uma confluência dos membros do Círculo de Bakhtin para essa temática, sendo que a formulação de uma teoria da linguagem revela “[...] a força heurística da pluralidade de pontos de vista que se encontravam no Círculo” (2009, p. 30), de modo que cada trabalho trata de uma perspectiva específica a questão da linguagem e, todos juntos, revelam uma teoria da linguagem assinada pelo Círculo de Bakhtin, o elemento que une o pensamento de todos os membros:

Enquanto Voloshinov vai, até 1930, se concentrar principalmente no detalhamento da teoria da linguagem (com algumas incursões no terreno das

questões estéticas), Medvedev, no mesmo período, vai ocupar-se com os fundamentos do que ele chama de estudo das ideologias (num certo sentido deste termo [...]), no interior da qual estará uma poética dita sociológica. O pensamento de Bakhtin, por sua vez, se tornou fortemente sociologizado a partir do livro sobre Dostoievski. Pode-se dizer que seus grandes temas iniciais permanecem, mas são retrabalhados a partir de um ponto de vista mais sociologicamente articulado, que se alicerça na teoria da linguagem e da cultura que o Círculo vinha formulando nos anos anteriores (FARACO, 2009, p. 30).

No início do ensaio “Que é a linguagem?”, presente na obra *A construção da enunciação e outros ensaios* (2013), Volóchinov reflete acerca da essência da linguagem, do lugar e do destino que ela tem na vida social, pois só assim, segundo ele, é possível estudar a estilística da arte verbal, a técnica da construção da obra literária⁴⁴. Diante disso, o autor percorre o processo de formação e desenvolvimento da linguagem e constata ser um caminho complicado, diante do fato de “[...] os embriões e as primeiras etapas de seu desenvolvimento precederem nossa época por alguns milhares de anos” (VOLOCHÍNOV, p. 134), do que decorre a imaginação do nascimento da linguagem.

Diferente do que se pensava no século XVIII, a linguagem não é ação do sobrenatural nem invenção consciente, de forma que aparece na sociedade humana, ainda assim, por meio de diferentes teorias, as quais foram mais difundidas são as da onomatopeia e a das interjeições, contudo, essas teorias não podiam esclarecer a essência da linguagem como fenômeno social, segundo Volóchinov (2013, p. 134-5). O autor aponta, ainda, para uma solução dada por Engels, em 1876, em que este diz que a linguagem se originou da “[...] necessidade de dizer algo um ao outro” (p. 135), o que também foi proposto por Ludwig Noiret e aprofundado em N. I. Marr.

A partir desses estudos, Volóchinov (2013, p. 140-1) aponta para o papel que a organização social do trabalho teve no nascimento e desenvolvimento da linguagem, tanto no campo dos significados (a representação semântica da estrutura econômica, que se deu por meio de povos dominantes, caracterizados como “bons”, “válidos” e dominados, como “ruins”, “péssimos”), como da gramática (a noção de propriedade desencadeou na noção dos pronomes). Dessa forma, o autor conclui que a linguagem “É o produto da atividade humana coletiva e reflete em todos os seus elementos tanto a organização econômica como a sociopolítica da sociedade que a gerou” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 141).

⁴⁴ Embora, majoritariamente, o discurso literário seja apontado pelos integrantes do Círculo como exemplo analítico, é possível expandir e pensar em análises que partam não só do verbal, mas também do visual e vocal, como um todo enunciativo. Dessa forma, pensamos em filmes, que integram as três dimensões da linguagem, como é o caso do *corpus* deste estudo.

O autor prossegue afirmando que, se a humanidade estivesse privada da comunicação social, “[...] *que a nossa linguagem é a sua forma materializada*” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 144 – grifos do autor), nenhuma cultura poderia ter se desenvolvido, pois foi a palavra que possibilitou o nascimento da literatura e da ciência. Ainda, o autor aponta para a necessidade natural do ser humano que, para se tornar desejo humano sentido e expresso, deve passar por uma “[...] *refracção ideológica e social*” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 147), porque ninguém, enquanto sujeito, é capaz de pronunciar uma palavra sendo um indivíduo natural – biológico, pois toda e qualquer expressão está presente em uma língua, carregando, por sua vez, uma determinada entonação – tom valorativo. O autor, por sua vez, sintetiza da seguinte forma a questão: “Assim, nossa expressão mínima de uma necessidade biológica, natural, recebe inevitavelmente, uma coloração *sociológica e histórica*: da época, do ambiente social, da classe social do falante, e da situação real e concreta em que a enunciação ocorreu. (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 148).

Volochínov (2013, p. 155) diz que a linguagem é a responsável pela formação dos “[...] sistemas ideológicos, a ciência, a arte, a moral, o direito, e ao mesmo tempo a linguagem cria e forma a consciência de cada homem”. A linguagem, portanto, é o que nos permite construir visões de mundo acerca do que nos cerca, de forma que nossos enunciados – como linguagem – são manifestações situadas, social e historicamente, porque não há como pensar na linguagem apartada de um contexto específico de uso.

A partir do pensamento do Círculo de Bakhtin, em específico, do exposto acima de Volochínov, pensamos na linguagem viva, tida como dialógica, porque faz jus aos sujeitos que a utilizam como forma de comunicação e expressão – e nela se materializam as mais diferentes valorações presentes nos grupos sociais que dialogam entre si. O diálogo é um modo de fazer a linguagem existir. Souza (2002), a partir do pensamento de Voloshinov⁴⁵, define a linguagem como

dinâmica, ou seja, ‘é um produto da vida social que não é de nenhum modo congelado ou petrificado: ela segue a evolução da vida social’ [...] a essência verdadeira da linguagem é o acontecimento social que consiste em uma interação verbal, e se encontra concretizada em um ou mais enunciados (SOUZA, 2002, p. 55).

⁴⁵ A referência completa do trabalho é: VOLOSHINOV, V. N. (1930) “Stylistique du discours artistique. 2. La structure de l’énoncé” In: Todorov, Tzvetan. *Mikhail Bakhtine. Le prince dialogue. suivi de écrits du cercle de Bakhtine*. Paris, Éditions du Seuil, 1981. p. 287-316.

O que, para nós, é interessante observar que o Souza (2002) coloca a essência da linguagem como um acontecimento social, mas não como qualquer acontecimento, mas um que perpassa pela interação, ou seja, entre sujeitos, entre duas consciências diferentes que são o “eu” e o “outro” que, por meio de alteridade, se constituem e têm, na linguagem, a sua forma de vida social. Prosseguindo, o autor diz que

Pensar a linguagem, em sua configuração dialógica, significa considerá-la como um acontecimento social, fruto de alguma atividade de comunicação social (trabalho) realizada na forma de uma comunicação verbal determinada, isto é, da interação verbal de um ou mais enunciados construídos num processo dialógico de alternância dos sujeitos envolvidos, e não na concepção estática [...] (SOUZA, 2002, p. 77).

Isto é, a linguagem é uma forma de observar a vida social por meio da interação social, porque nela estão inscritos, pelo menos, dois enunciados diferentes, o do “eu” e do “outro” que se constroem em um processo dialógico, vivo, dinâmico, fluido e não estático. A linguagem não é constituída por um sistema abstrato, mas pelo fenômeno da interação verbal, que pode ser realizado por meio de enunciado(s) que, além de serem situados, são únicos, pois revelam os posicionamentos dos sujeitos que os produzem – sem alibi na existência (BAKHTIN, 2010).

Faraco (2009, p. 23-4) aponta que, em *Para uma filosofia do ato responsável* (2010), “[...] a linguagem aparece já apresentada [...] como atividade (e não como sistema) e o enunciado como um ato singular, irrepitível, concretamente situado e emergindo de uma atitude ativamente responsiva”, o que significa dizer que há valorações relacionadas a determinadas situações, objetos, sujeitos etc. Dessa forma, pensamos na palavra como ideológica por natureza, comportando as nossas avaliações e sendo a interação um evento dinâmico em que as posições axiológicas, confrontos e valorações sociais estão em jogo. Assim, “A interação é, portanto, o diálogo ininterrupto que resulta desse confronto e que constitui a natureza da linguagem” (GEGE, 2013, p. 63 – grifos do autor).

Bakhtin, em “O discurso no romance”, presente na obra *Questões de literatura e de estética* (2014), fala sobre duas forças atuantes na linguagem que devem ser compreendidas conjuntamente para pensarmos na dialogia constitutiva das relações humanas e não termos uma compreensão monológica da linguagem. Para o autor, as forças centrípetas se constituem de maneira homogênea, insistindo na supervalorização da língua única, com tendência unificadora, e, por outro lado, as forças centrífugas são constituídas pela tensão e abertura, revelando, de maneira ideológica, as relações sociais tangentes à vida (GEGE, 2013, p. 48-9).

Pensando em termos de língua, a palavra é, para Bakhtin, não um objeto, mas um meio constantemente ativo e mutável de comunicação dialógica (2018 [1963], p. 232), de forma que não se limita a uma só voz ou consciência:

Sua vida está na passagem de boca em boca, de um contexto para o outro, de um grupo social para outro, de uma geração para outra. [...]

Um membro de um grupo falante nunca encontra previamente a palavra como uma palavra neutra da língua, isenta das aspirações e avaliações de outros ou despovoada das vozes dos outros. Absolutamente. A palavra, ele a recebe da voz de outro e repleta de voz de outro. No contexto dele, a palavra deriva de outro contexto, é impregnada de elucidações de outros. O próprio pensamento dele já encontra a palavra povoada (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 232).

Essa citação nos é importante para pensar a linguagem e os sujeitos que a utilizam, mediante a língua, em diferentes situações sociais, fazendo, assim, com que nela sejam possibilitadas as relações dialógicas que, como concebe o Círculo de Bakhtin, são possíveis porque tratamos a língua como discurso, objeto da metalinguística/translinguística, e não como sistema com suas unidades isoladas. Com isso, observamos a palavra no seu uso real, fora do dicionário, na boca dos sujeitos que, a cada uso, dão novas significações para o dito, de forma a mantê-lo sempre vivo e dinâmico, nunca estático e petrificado. Como discutimos brevemente, temos, na vida da palavra, as valorações que constituem os sujeitos – o que os mantêm em movimento dialógico.

Pensar nos minions como um reflexo e refração social é uma forma de observar, por exemplo, como a palavra acerca de determinados temas – trabalho, servidão, exploração – é um construto social, pois o que observamos nos filmes são, mesmo que de maneira ressignificada, formas de avaliações acerca de contextos já construídos. E, quando aparecem em um dado enunciado, como os filmes da franquia, por exemplo, é possível pensarmos no povoamento de determinadas palavras, pois temos, em seu tema, a forma que a torna dialógica (resposta passada) bem como temos novas significações (resposta futura) que as torna únicas. Assim é que olhamos para os minions, como trabalhadores, e o vemos como servis, pois assim estão configurados nos e ao longo dos filmes, mas também expandimos essa noção para nosso contexto político atual ao vermos tal associação feita a um grupo político que também se coloca, de certa forma, como servos fiéis a um mestre que seguem independentemente das circunstâncias. Disso resulta a importância de pensar a linguagem como viva, pois é assim que conseguimos observar as relações dialógicas entre enunciados.

Volóchinov (2017 [1929], p. 98) pensa no signo (ideológico) como uma materialização da comunicação, de forma que afirma que é na linguagem que o caráter sógnico e a comunicação

são absolutamente determinantes e expressos com tanta clareza e plenitude. Ou seja, a palavra assume o caráter de fenômeno ideológico por natureza e, se desejamos realizar um estudo nessa área, devemos estudar os signos ideológicos para compreender os sujeitos que os compõem, porque a palavra é o *médium* mais apurado e sensível da comunicação social (VOLÓCHINOV, 2017 [1929] p. 99). Assim, a palavra se caracteriza como o mais representativo, o mais puro e neutro dentre todos os signos.

A palavra, aqui pensada no sentido alargado do termo (como linguagem, discurso, dentre outras possibilidades), comporta a essência, pois ela está presente em diferentes esferas com funções diversas. Se pensamos, então, na potencialidade da linguagem, observamos que a potencialidade é o próprio traço neutro, ou seja, a neutralidade é a potencialidade, o que sugere as possibilidades de materialização diante das dimensões de linguagem. A palavra é um signo neutro em relação a qualquer função ideológica específica (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 99) porque comporta diversas e diferentes possibilidades de utilização e atualização da língua, sendo cada uma prenhe de sentidos, saturada de valorações. A palavra, enquanto signo, é um traço porque se comporta como um lexema, uma cor, um som, de modo que não se limita a um campo específico de uso.

Prosseguindo, o autor diz que são as particularidades da palavra enquanto signo ideológico que a fazem o material mais conveniente para a orientação do problema da correlação entre a superestrutura e a infraestrutura, pois não só a sua natureza sígnica, como a sua onipresença social, possibilitam que ela participe de toda interação e de todo contato entre pessoas, ainda, “[...] na palavra se realizam os inúmeros fios ideológicos que penetram todas as áreas da comunicação social” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 106), por isso é óbvio, prossegue o autor, que a palavra será o indicador mais sensível das mudanças sociais.

Por isso, compreender a linguagem é compreender os processos sociais dos quais os sujeitos fazem parte ativamente com suas vidas. E por esses processos sociais que envolvem a linguagem, Volóchinov (2017 [1929], p. 109) entende que o surgimento de um signo está condicionado a ocorrer entre indivíduos socialmente organizados no processo de sua interação, de forma que cada grupo social, em cada época, possui um repertório próprio de formas discursivas da comunicação ideológica.

Volóchinov (2017 [1929]), ao falar sobre as esferas de realidade da língua – física, fisiológica e psicológica – acrescenta a esfera da comunicação social organizada como fator necessário para observar o fenômeno da língua, colocando os sujeitos falante e ouvinte no ambiente social (ou “eu” e “outro”), e que ambos sejam pertencentes a uma mesma coletividade linguística. Ambos devem ser abarcados pela unidade da situação social mais próxima, em um

terreno determinado. Assim, segundo o autor, “[...] a unidade do meio social e do acontecimento da comunicação social mais próximo são duas condições necessárias para que o conjunto físico-psicofisiológico apontado por nós possa ter uma relação com a língua, com o discurso, possa tornar-se um fato da língua-discurso (linguagem) (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 145).

Por isso, é de extrema importância que olhemos para a linguagem, para os discursos, para os enunciados como relacionados aos signos ideológicos, pois não há neutralidade (no sentido de isenção de valorações) nas interações entre os sujeitos, o que constitui o campo dos signos e suas materialidades expressas nos mais diferentes enunciados. Segundo Paula (2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b), o Círculo de Bakhtin pensa o mundo a partir da linguagem, por meio do signo ideológico, que reflete e refrata as valorações tangentes à vida na palavra. Para Volóchinov (2017 [1929]), “[...] as palavras são tecidas a partir de uma multidão de fios ideológicos e servem de trama a todas as relações sociais em todos os domínios”.

Assim, a linguagem é semiótica e o signo é ideológico porque a linguagem o é, porque o sujeito, tecido e tecelão da linguagem, também o é. Assim, a autora prossegue e diz que isso leva ao entendimento do Círculo de Bakhtin da palavra como bivocal e, por meio dela, ao pensamento de uma possível revolução, pois por meio da linguagem podemos revolver camadas da vida social ao nos desfazermos de supostas verdades estereotipadas, raciocínios lógicos equivocados, dessacralizando valores instituídos e revelando outras facetas do mundo, dando voz, lugar e tempo a outros sujeitos, escutando vozes outras – sempre ideológicas. O diálogo é, assim, possível, no sentido de embate e de manifestação concreta do movimento dialético-dialógico da linguagem.

2.1.1 Dimensões de linguagem: a verbivocovisualidade

Iniciamos a nossa discussão acerca da verbivocovisualidade (PAULA, 2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b)) pontuando que há duas formas de concebê-la: a primeira é a concepção da linguagem como tridimensional, proveniente dos estudos da poesia concreta, que vê a expressão de máxima potência da verbivocovisualidade associada à ideia de sair do papel e ganhar a tridimensionalidade por meio das dimensões verbal, vocal e visual. Uma segunda concepção é a de uma linguagem que concretiza a verbivocovisualidade em um enunciado, portanto, como uma concretude enunciativa. Ambas as noções nos são caras, pois pensar a potencialidade da linguagem e a sua materialidade, seja em qual tipo de enunciado for, é uma forma de observar o mundo que nos cerca mediante os aspectos sógnicos dos enunciados.

Por isso, essa é a nossa visão adotada para pensar os filmes que compõem nosso *corpus* e outros enunciados que surgem como cotejo, pois entendemos que, no caso de um filme, especificamente, não é possível abstrair uma ou duas dimensões da linguagem sem que o sentido, como um todo, seja mantido. Paula (2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b) defende a ideia de que “a verbivocovisualidade diz respeito ao trabalho, de forma integrada, às dimensões sonora, visual e o(s) sentido(s) das palavras”.

Dessa forma, pensamos nessas três dimensões – verbal, vocal/musical e visual – como algo uno, pois é essa unidade que nos dá o sentido, como um todo, do enunciado, e não as suas partes observadas em estudos isolados. Assim, ao falarmos de um filme, nos atentamos, principalmente, para como todas essas dimensões contribuem para a construção do sentido, mediante as posições de câmera, o figurino, a trilha sonora, os tópicos frasais, coloração, as entoações e ritmos de fala, a disposição dos sujeitos na cena etc.

Embora o Círculo de Bakhtin tenha se dedicado, principalmente, para o estudo do verbal (com o romance, mais especificamente), encontramos nos próprios escritos dos autores a ideia de uma linguagem que comporta essas dimensões, sendo que Paula (2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b) vê essa concepção como uma forma de colocar em jogo as formas renovadas de experiência de linguagem, especialmente as materializações sincréticas contemporâneas, caso de nosso estudo:

[...] Paula (no prelo) faz um levantamento acerca das referências ao musical, ao vocal e ao visual existentes nas obras do Círculo, utilizadas em sentido amplo para a caracterização da linguagem. [...] Os resultados dessa pesquisa ainda são preliminares, uma vez que a pesquisa ainda se encontra em andamento. Todavia, o que já é possível afirmar é que ainda que o Círculo não tenha se debruçado especificamente sobre o enunciado sincrético, oferece arcabouço teórico pertinente para o estudo de enunciados de materialidades diversas, uma vez que compreende a linguagem em suas dimensões verbivocovisuais, em qualquer concretude (mesmo o signo verbal apresenta essa tridimensionalidade, como tem denominado Paula) (PAULA, 2017b, p. 295-6).

Volóchinov (2017 [1929]), ao falar sobre o signo ideológico, diz que o caráter sígnico é comum a todos os fenômenos ideológicos, de modo que “qualquer signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas também uma parte material dessa mesma realidade. Qualquer fenômeno ideológico sígnico é dado em algum material: *no som, na massa física, na cor, no movimento do corpo e assim por diante*” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 94 – grifos nossos). Com base nisso, acreditamos na linguagem como verbivocovisual, isto é,

que as diferentes dimensões que ela comporta podem (ou não) serem concretizadas no enunciado mediante o signo ideológico e suas diferentes materialidades.

Ao falar sobre as manifestações da criação ideológica e se referir aos signos não-verbais, o autor ressalta a relação com o universo verbal, mas também compreende que a palavra não é capaz de substituir qualquer outro signo ideológico, e, para tanto, ele se utiliza de exemplos como música, pintura, ritual e gestos corpóreos, entendidos, por nós, como enunciados verbivocovisuais, isto é, aqueles que possuem a linguagem em diferentes potencialidades valorativas. Ainda, pensamos na questão da completude enunciativa, isto é, nas dimensões da linguagem como parte de um todo, não como isoladas, o que é reforçado pela ideia de Volóchinov ao dizer que a palavra, mesmo não substituindo, acompanha esses signos ideológicos, gerando o enunciado sincrético como um todo. Em síntese, o autor diz:

Por princípio, uma palavra não pode transmitir adequadamente uma *obra musical* ou uma *imagem da pintura*. Um *rito religioso* não pode ser totalmente substituído pela palavra, tampouco há uma substituição verbal adequada para o mais simples dos *gestos do cotidiano*. [...] todos esses signos ideológicos que não podem ser substituídos pela palavra ao mesmo tempo apoiam-se nela e são por ela acompanhados (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 101 – grifos do autor).

Volóchinov (2017 [1929], p. 127), ao tratar do psiquismo, diz que “Qualquer conteúdo ideológico, sem exceção, *independentemente do tipo de material sígnico em que ele estiver encarnado* [...]”, o que nos possibilita pensar no aspecto verbivocovisual inerente ao enunciado e compreender que o signo ideológico se manifesta nas mais diferentes dimensões de linguagem, não só na verbal, porque o material sígnico, presente tanto na consciência quanto fora dela, possui diferentes formas sígnicas (como vocal e visual).

O autor pensa a plenitude da palavra, de modo que diz: “*a palavra é o fenômeno ideológico par excellence*”. (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 98 – grifos do autor), sendo ela o mais apurado e sensível mediador da comunicação, segundo o autor. Desse fato decorre, também, ser a palavra o mais representativo dos signos, além de ser um signo neutro e, por isso, poder assumir qualquer função ideológica, por não estar relacionada a nenhuma função ideológica específica.

Como qualquer signo, sua realidade está localizada entre os indivíduos e é produzida por meio do organismo individual (VOLÓCHINOV, 2017, p. 100). Segundo o autor, a palavra acompanha e comenta todo ato ideológico, sendo que os processos de compreensão dos fenômenos ideológicos não podem ser realizados sem a participação do discurso interior, do

qual a palavra é o material sgnico da vida interior, a consciência. Ponzio (2008, p. 125) diz que, por conta do signo verbal ser o principal material sgnico da consciência, ele acompanha e comenta todo ato ideológico. Volóchinov aponta que “todas as manifestações da criação ideológica, isto é, *todos os outros signos não verbais* são envolvidos pelo universo verbal, emergem nele e não podem ser nem isolados, nem separados dele por completo” (2017, p. 100-1 – grifos nossos).

Com isso, ressaltamos que, embora a palavra seja o signo ideológico por excelência, não se descarta o estudo feito com outras materialidades sgnicas, como assinalamos anteriormente, em relação aos enunciados verbivocovisuais, isto é, que contm dimensões e materialidades outras da linguagem, porque, embora tenha sido privilegiado o material,  possível encontrar as valorações presentes e resultantes das interações sociais em outras formas de constituição sgnica, no enunciado, como o visual e o vocal.

Volóchinov (2017 [1929]) destaca que a palavra não é capaz de substituir por completo, adequadamente, todos os signos ideológicos. Entretanto, a palavra atua como uma “acompanhante” ao possibilitar que todos esses signos ideológicos sejam por ela acompanhados, sem que haja uma substituição possível e fidedigna. Ao falar sobre a palavra, no ensaio “A palavra na vida e a palavra na poesia: introdução ao problema da poética sociológica”, presente na obra *A construção da enunciação e outros ensaios* (2013), Volochínov ressalta que

A palavra na vida, com toda evidência, não se centra em si mesma. Surge da situação extraverbal da vida e conserva com ela o vínculo mais estreito. E mais, a vida completa diretamente a palavra, que não pode ser separada da vida sem que perca seu sentido (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 77).

Não pensamos em qualquer enunciado que esteja fora de uma situação social, isto é, orientado para a vida ao que concerne às valorações que circulam no interior desse enunciado, uma vez que, se destituído do caráter social, ele deixa de ser visto a partir da sua valoração social e se torna um fenômeno puramente linguístico, que nada tem a ver com a realidade que a circunda. Portanto, o enunciado é pensado como a expresso de um ponto de vista avaliativo, carregado de valoração, possível de ser observado a partir dos signos ideológicos.

Bakhtin, em *Problemas da poética de Dostoiévski* (2018 [1963]), reflete acerca do discurso como a língua em sua integridade concreta e viva que, por isso, é tratada do ponto de vista da metalinguística/translinguística, que tem como objeto as relações dialógicas que não

podem ser observadas em uma linguística de perspectiva rigorosa que estuda os sistemas da língua, as unidades de um nível e de outro. Portanto, para o autor,

Assim, as relações dialógicas são extralinguísticas. Ao mesmo tempo, porém, não podem ser separadas do campo do *discurso*, ou seja, da língua como fenômeno integral concreto. A linguagem só vive na comunicação dialógica daqueles que a usam. É precisamente essa comunicação dialógica que constitui o verdadeiro campo da *vida* da linguagem. Toda a vida da linguagem, seja qual for o seu campo de emprego (a linguagem cotidiana, a prática, a científica, a artística, etc.) está impregnada de relações dialógicas (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 209 – grifos do autor).

Dessa forma, olhamos para os enunciados buscando as relações dialógicas tais quais Bakhtin as definiu, como sendo possíveis entre enunciações integrais e qualquer parte significativa do enunciado, sendo que as relações dialógicas podem penetrar no âmago do enunciado, chocando, dialogicamente, duas vozes (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 210-1). Disso decorre que “[...] numa abordagem ampla das relações dialógicas, estas são possíveis também entre outros fenômenos conscientizados desde que estes estejam expressos numa matéria *sígnica*. Por exemplo, as relações dialógicas são possíveis entre imagens de outras artes [...]” (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 211 – grifos do autor). Aqui, nos interessa pensar que as relações precisam de um material sígnico para existir e isto nos remete à ideia de verbivocovisualidade, uma vez que, prosseguindo, o autor afirma a possibilidade entre imagens, o que, por si só, extrapolaria a concepção de analisar as relações dialógicas somente mediante a linguagem verbal (materializada no enunciado).

Bakhtin, em *Questões de estilística no ensino da língua* (2013) diz:

Ao começar a análise da primeira frase, em primeiro lugar devemos lê-la com uma expressividade máxima, até reforçando um pouco a sua estrutura de *entonação* e enfatizando, com ajuda de *mímica* e de *gestos*, o elemento dramático contido na frase [...] eles devem sentir o papel norteador exercido pela entonação [...]; eles devem sentir e ver qual é a *necessidade interna* de combinar a entonação com a mímica e o gesto quando o verso de Púchkin é pronunciado em voz alta (BAKHTIN, 2013, p. 30).

Esse trecho, em que Bakhtin trata do aspecto pedagógico no ensino de estilística do discurso, o autor explica como deve ser feita a leitura de um verso de Púchkin, poeta russo da época romântica, e, para tanto, se apoia na ideia não só da entonação da fala (que, como sabemos, expressa a valoração do sujeito acerca dos sentidos das palavras) – no aspecto sonoro da linguagem –, como, também, da mímica e do gesto – no aspecto visual da linguagem –,

sendo que essas dimensões, quando unidas, dão o todo significativo do enunciado, que surge de uma necessidade interna, como pontuada pelo autor, ou seja, não é algo passível de abstração.

Em “A forma espacial da personagem” (2011c), ao falar sobre o todo espacial da personagem, Bakhtin diz:

O tom *volitivo-emocional*, embora vinculado à palavra e como que fixado à sua imagem sonora tonalizante, evidentemente não diz respeito à palavra mas ao objeto que esta exprime, mesmo que este não se realize na consciência como imagem visual; só pelo objeto assimila-se o tom emocional, mesmo que este se desenvolva junto com o som da palavra (BAKHTIN, 2011c, p. 86 – grifos do autor).

Nessa citação observamos noções como “imagem sonora”, “imagem visual”, “tom” e “som”, todas relacionadas à palavra que, como concebida, é uma forma de pensar a linguagem que, em alguns casos, unem duas materialidades para uma noção como “imagem sonora” e “imagem visual”, por exemplo. Portanto, embora não haja o trabalho repetitivo e minucioso acerca dessas noções, é possível encontrá-las ao longo dos escritos do Círculo de Bakhtin, de forma a pensarmos não só o verbal como uma possibilidade de expressão da linguagem, mas também essas imagens e sons que, mesmo não concretizados no enunciado, estão ali presentes, como potencialidade. Ao lermos um poema, por exemplo, embora seja constituído, em sua maioria, de linguagem verbal, é possível apreender aspectos visuais e sonoros ao longo da narrativa, conforme ela se constrói, embora esses processos sejam, em sua maioria, mais voltados para o aspecto mental (que não significa abstrato) do que para o palpável. Prosseguindo, o autor diz:

O corpo exterior do homem é dado, suas fronteiras e seu mundo são dados (na concretude extraestética da vida), são um elemento indispensável e insuperável da concretude da existência, daí que necessitam, conseqüentemente, de recepção estética, de recriação, elaboração e justificação; é o que se faz por todos os meios de que a arte dispõe: *cores, linhas, volumes, palavras, sons*. Visto que o artista lida com a existência e o mundo do homem, lida também com a sua concretude espacial, com suas fronteiras exteriores como elemento indispensável dessa existência, e, ao transferir essa existência do homem para o plano estético, deve transferir para esse plano também a imagem externa dela nos limites determinados pela *espécie do material (cores, sons etc.)* (BAKHTIN, 2011c, p. 86-7 – grifos nossos).

Aqui, ao falar sobre a relação do autor-criador com sua personagem, Bakhtin nos revela que o estético parte da existência, do homem, do espaço para, assim, no plano estético, transferir essas noções mediante todo o material que é disponível ao artista, como ele pontua sendo as

cores, sons, linhas, volumes, dentre outras possibilidades, pois esses são meios disponíveis para que a arte seja expressa com determinado acabamento estético, partindo, portanto, da vida. Dessa forma, como é possível observar, não podemos pensar no estético mediante, unicamente, o aspecto verbal, pois ele pode ser um tipo de material para a criação de uma imagem dentro da obra, mas ele não supera nem substitui as outras dimensões da linguagem.

Ao refletir acerca da linguagem enquanto material e como não-neutra em face da esfera ético-cognitiva, o autor diz: “[...] a *palavra* representa um dado espacial como que pronto, uma vaga criação amorosa e ativa da forma espacial através de *linhas e cores*, o *movimento-gesto* que cria e gera de fora a forma com movimento da mão e do corpo inteiro, que vence e imita” (BAKTIN, 2011c, p. 88 – grifos nossos), o que nos permite compreender como o material verbal, junto ao visual (nessa citação, em específico), criam uma ideia de integridade enunciativa que não pode ser dissociada em partes isoladas, pois o enunciado, como tal, se configura de tal forma para a geração de sentidos, nesse caso, evoca a noção espacial, amparada na palavra que gera imagens (por sua vez, signos visuais).

Paula (2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b), ancorada nos estudos bakhtinianos, vê a verbivocovisualidade como sendo a linguagem constituída por três dimensões que se encontram em toda e qualquer manifestação concreta, ou seja, no enunciado. Por isso, inicialmente, falamos da possibilidade de ver a verbivocovisualidade como dimensão (não materializada) e também como concretização, se partimos da ideia de que o Círculo de Bakhtin vê a relação existente entre o verbal e também o sonoro e o imagético no funcionamento da linguagem em uso. Assim, olhamos para a franquia de filmes que compõe nosso estudo como um todo, como enunciados verbivocovisuais, de forma a compreendê-los em seus aspectos verbais, vocais e visuais, porque a arte, enquanto lida com o homem e seu mundo, se utiliza das mais diferentes materialidades da linguagem. A respeito do enunciado enquanto filme, Paula (2017b) diz:

Nos enunciados sincréticos, o olhar, os gestos das personagens, o tom emotivo-volitivo de sua prosódia, a trilha sonora, o enquadramento, o figurino, a coloração, a movimentação e a posição da câmera e das personagens são alguns dos elementos que constituem não apenas cada cena, mas todo o enunciado, em sua arquitetônica composicional. O filme de animação é um exemplo de como cada um desses elementos, não isoladamente, mas sobrepostos de maneira harmônica, constituem o enunciado – não como estrutura vazia, mas em sua potencialidade valorativa singular [...] (PAULA, 2017b, p. 297).

Temos, no pensamento de Paula (2017b), uma importante noção do que é a verbivocovisualidade: a constituição do enunciado em sua potencialidade valorativa singular,

de modo que o ideológico, encarnado em qualquer tipo de materialidade sgnica, está presente em diferentes formas de compreensão do filme que, juntas, revelam o sentido em sua totalidade enunciativa. Por isso, nos  tão caro pensar a linguagem (e as suas mais diferentes formas de materialização), pois como diz Paula (2017b, p. 295), “A ideologia que semiotiza os signos absorve o mundo pela linguagem”, de modo que, por meio da linguagem e de seus signos, é que podemos compreender visões de mundo diferentes e como os sujeitos se relacionam com elas.

A fim de mostrar, mesmo que de maneira breve, a noção de verbivocovisualidade discutida acima, trazemos, a seguir, um exemplo dentro da franquia, em que temos, em *Meu Malvado Favorito 3* (2017), a construção vilânica caricatural de Balthazar Bratt, o arqui-inimigo de Gru, como é previsto e arquitetado desde o primeiro enunciado da franquia flmica⁴⁶. Assim como os outros vilões dos filmes anteriores possuem características peculiares e específicas que o tornam caricaturais, Balthazar têm o  e nos é apresentado como um vilão ressurgido dos anos 80, de modo que a sua caracterização física, nos elementos visuais, como o figurino e a caracterização física, por exemplo, nos permitem compreender a ideia que se tem, contemporaneamente, da década de 80, de uma forma hiperbólica e caricatural, pois as características são exageradas (o que  uma premissa dos filmes infantis, gerando o tom cômico):

Figura 24 - Caracterização física de Balthazar



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁴⁷

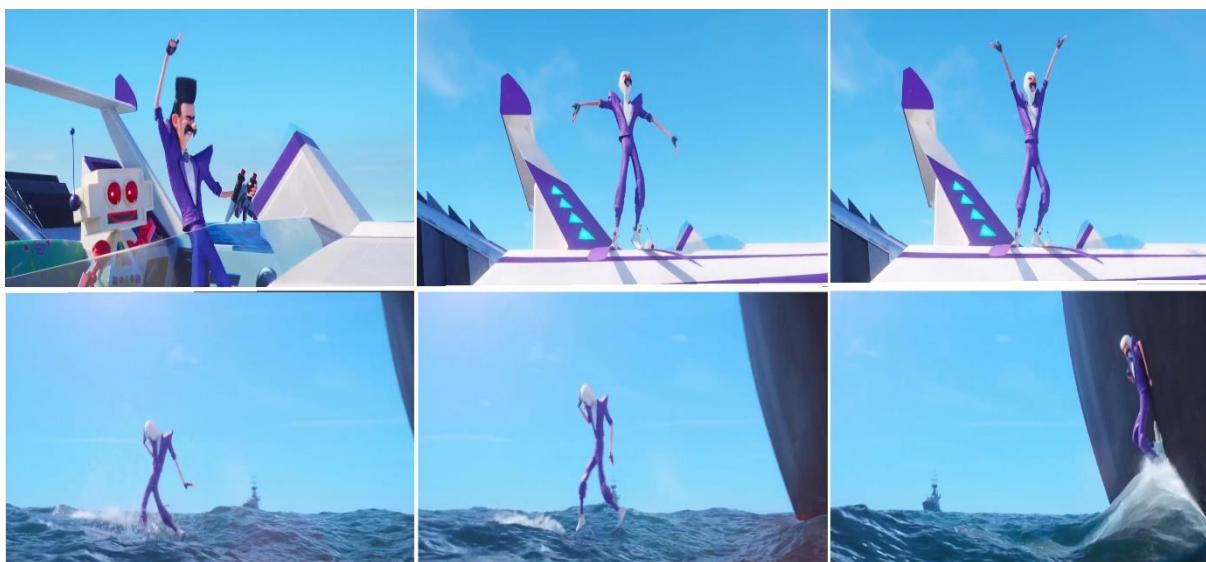
⁴⁶ Como em todos os filmes presentes na franquia, os vilões (que Gru busca combater ou super-los, com a ajuda dos minions) possuem uma constituição caricatural, isto é, exagerada, hiperbolizada, para reforçar características estereotipadas acerca da vilania representada. Essa hipérbole  amparada nas dimensões de linguagem, uma vez que os aspectos visuais e sonoros, além dos verbais, são bastante significativos, pois expressam as valorações ali presentes. Em *Meu Malvado Favorito* (2010), o arqui-inimigo de Gru  Vector; em *Meu Malvado Favorito 2* (2013), o arqui-inimigo de Gru  El Macho. Essas vilanias, embora cmicas, caricaturais e exageradas, são construídas em direção oposta  vilania de Gru, que  exaltada e valorada positivamente, enquanto a de seus arqui-inimigos  valorada negativamente, portanto, devendo ser combatida ao longo de cada configuração narrativa.

⁴⁷ Fotograma disponível em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:02:19.

A roupa, com ombreiras exageradas e com uma coloração em roxo neon vibrante, junto ao cabelo e bigode de espessura grossa, dão a Balthazar um toque de vilania cômica, como é típico dentro da franquia *Meu Malvado Favorito*, em que as personagens, em geral, são caracterizadas de maneira a exagerar alguma condição física. Contudo, só podemos compreender as relações dialógicas e as referências à década de 80, como pontuamos anteriormente, mediante a materialização da dimensão visual da linguagem, pois ela é o que nos possibilita estabelecer as relações do vilão contemporâneo com décadas passadas.

No filme, na cena em questão, observamos a performance de Balthazar enquanto este assalta um navio que carrega uma joia, pois ele dança, gesticula e se movimenta na cena de maneira teatral, encenada e performática. Em seu barco, enquanto se prepara para entrar, atacar e roubar a joia no navio, Balthazar pede para Clive, seu capanga (assim como os minions são de Gru), colocar uma trilha sonora para o assalto. A canção escolhida é *Bad* (1987), de Michael Jackson e, nesse momento, observamos como as relações dialógicas são possíveis entre matérias sígnicas diversas a partir da performance de Balthazar (o gestual) e da trilha sonora (o sonoro/musical e o verbal):

Figura 25 - Balthazar performando



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁴⁸

Ao som de *Bad* (1987), Balthazar sobe no navio dançando e performando um *moonwalk*, famoso passo de dança de Michael Jackson, como referência não só ao cantor, icônico dos anos

⁴⁸ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:02:11, 00:02:33, 00:02:34, 00:02:41 e 00:02:43.

80, mas ao que esse vilão representa nesse contexto: uma figura de sucesso da década de 80 que está no esquecimento e em decadência, desejando retornar ao poder nos dias atuais. As mãos de Balthazar, uma no rosto e outra para trás, remetem a Michael Jackson, não só pela semelhança física, como também pela junção das dimensões verbal e musical, presentes na letra da canção que, junto ao contexto do filme, com a performance de Balthazar, permitem compreender o sentido de um sujeito que busca não só a fama atual, colocar-se enquanto sujeito apto a algo, mas também a retornar ao poder depois de um período ausente e esquecido pelo público.

No videoclipe de *Bad* (1987), na versão estendida, cantado e coreografado por Michael Jackson, temos a história de um homem, chamado Daryl, que acaba de concluir o ano em uma escola privada e regressa para sua cidade natal, em um metrô. Na cidade, Daryl é recebido por seus antigos amigos e passa a noite com eles. Logo, os amigos de Daryl percebem que ele não é mais "mau", como um dia já fora, e resolvem trazer o velho amigo de volta. Eles tentam obrigar Daryl a roubar novamente, mas Daryl tem outros princípios e se recusa, o que acaba gerando desentendimento entre eles. Daryl leva todos a uma estação de metrô abandonada e impede seus amigos de assaltarem um idoso. Entretanto, o melhor amigo de Daryl, Mini Max, diz que ele não é mais "mau", como forma de provocação e, após essa cena, o vídeo começa com a canção de Michael Jackson, em que ele é Daryl e, agora vestido com um visual mais *punk*, canta e coreografa questionando quem é, de fato, "mau"⁴⁹.

A letra da canção de *Bad* (1987), que tem Michael Jackson entoando, diz: "*Because I'm bad, I'm bad, come on / (Bad bad, really, really bad) / You know I'm bad, I'm bad, you know it / (Bad bad, really, really bad) / You know I'm bad, I'm bad, come on, you know / (Bad bad, really, really bad) / And the whole world has to answer right now / Just to tell you once again / Who's bad*"⁵⁰. Nesse sentido, o sujeito mostra, aos outros, quem é o mau ali, naquele momento, depois de ter sido confrontando e questionado sobre a sua maldade. Dessa forma, ele mostra quem está no poder por meio da canção e da sua atitude que, inicialmente, de recusa, passa a ser de confrontação e validação de sua ação, para retornar ao seu posto anterior, de prestígio (de acordo com aquele grupo social). Nesse sentido, Balthazar, no filme de animação, também se coloca dessa forma ao tentar retornar ao poder por meio da vilania, explicitada e confirmada

⁴⁹ Videoclipe disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Sd4SJVsTulc>> Acesso em: 05/04/2019.

⁵⁰ Em tradução livre: "Porque sou mau, sou mau, vamos lá / (Mau, mau, realmente, realmente mau) / Você sabe que sou mau, sou mau, você sabe / (Mau, mau, realmente, realmente mau) / Você sabe que sou mau, sou mau, vamos lá, você sabe / (Mau, mau, realmente, realmente mau) / E o mundo inteiro irá responder agora / Só para lhe dizer mais uma vez / Quem é mau". Letra original em inglês e tradução em português disponíveis em: <<https://www.letras.mus.br/michael-jackson/63734/traducao.html>> Acesso em: 05/04/2019.

no roubo da joia, o que reflete um desejo de “vingança” a Hollywood, que o deixou cair no esquecimento do público por suas ações passadas.

O exemplo da vilania caricatural, como a de Balthazar Bratt, nos permite compreender como as relações dialógicas estão colocadas em uma cadeia discursiva concretizada nos mais diferentes tipos de enunciados, sejam ele de quais gêneros forem. Em *Meu Malvado Favorito 3* (2017), a vilania é construída mediante elementos da cultura pop dos anos 1980, principalmente em diálogo com o cantor Michael Jackson, tratando-se, portanto, de um diálogo, uma vez que esses enunciados (o passo de dança, a letra da canção etc.), embora ressignificados, estão presentes no filme. Como diz Paula (2017b), o filme é uma potencialidade valorativa, e por meio dele podemos compreender diferentes valorações, sobre diferentes temas da sociedade. Para a autora:

Ao considerarmos a concepção de linguagem do Círculo, é possível analisar os enunciados verbivocovisuais por meio do estudo de sua arquitetura, tomada em sua produção estético social. Afinal, para Medviédev, a partir dos fundamentos marxistas, podemos pensar a relação intrínseca da arte (seja ela qual for, o que nos faz pensar no filme de animação como um enunciado artístico massivo) com o meio sócio ideológico, em ampla perspectiva. (PAULA, 2017b, p. 295-6).

Portanto, ao defendermos o estudo de enunciados verbivocovisuais, o fazemos da perspectiva do Círculo de Bakhtin, que pensa todas as manifestações ideológicas, e isto significa dizer todas as materialidades sígnicas, verbal, vocal/sonora e visual, como banhadas no discurso e partícipes de um contexto social de relações dialógicas maior, em que o enunciado atua como um elo na cadeia discursiva, e que podemos compreender cada um desses elos, bem como a cadeia, como um processo, se entendermos as dimensões da linguagem e as ressignificações contemporâneas que cada enunciado se propõe a criar mediante o diálogo. Assim, a ideia de verbivocovisualidade da linguagem, nesse caso, é pertinente para pensar o sujeito e o mundo que o cerca, tanto na vida, quanto na arte, por entendermos como essas relações são reelaboradas e semiotizadas a partir de um acabamento estético (na arte) porque provêm do solo social (da vida). Nesse sentido, cores, sons, gestos, canções, dentre outras possibilidades, são tão ideológicas quanto o signo verbal dentro de uma produção enunciativa.

2.1.2 Enunciado e diálogo: a linguagem materializada em gêneros discursivos

Bakhtin, no ensaio “Metodologia das ciências humanas” (2011b), faz uma reflexão acerca da dialética e do diálogo e, assim, nos possibilita pensar no método dialético-dialógico, que compreende os enunciados em constante diálogo e nunca como uma superação entre si. Dessa reflexão, nos é cara a noção que o autor traz acerca da dialogia, não só por concebê-la como parte do método, mas por ser algo que perpassa todo o pensamento bakhtiniano, colocando as dimensões de linguagem, os sujeitos, as ideologias e os tempos-espacos em contato. O autor sintetiza a ideia de diálogo:

Não existe a primeira nem a última palavra, e não há limites para o contexto dialógico (este se estende ao passado sem limites e ao futuro sem limites). Nem os sentidos *do passado*, isto é, nascidos no diálogo dos séculos passados, podem jamais ser estáveis (concluídos, acabados de uma vez por todas): eles sempre irão mudar (renovando-se) no processo de desenvolvimento subsequente, futuro do diálogo. Em qualquer momento do desenvolvimento do diálogo existem massas imensas e ilimitadas de sentidos esquecidos, mas em determinados momentos do sucessivo desenvolvimento do diálogo, em seu curso, tais sentidos serão relembrados e reviverão em forma renovada (em novo contexto). Não existe nada absolutamente morto: cada sentido terá sua festa de renovação. Questão do grande tempo (BAKHTIN, 2011b, p. 410 – grifos do autor).

Assim, olhamos para a questão do diálogo sem conseguir dissociá-la de outras ideias principais para o Círculo de Bakhtin, de forma que optamos por tratá-la junto ao enunciado por entendermos que, como expressão de um sujeito, em um determinado tempo-espaco, situado e contextualizado, este enunciado responde, ativamente, a outros enunciados (passados e futuros) e, conseqüentemente, a outros sujeitos, valorações, vozes etc. Portanto, pensamos sempre no enunciado como único, singular e, ao mesmo tempo, elo na cadeia discursiva, pois isso nos remete à ideia de situação que, também, nos remete às ideias anteriores explicitadas e que perpassam os escritos dos autores como um todo, por isso a “união” entre os conceitos de enunciado e diálogo, por entendermos que todo enunciado é dialógico, na perspectiva bakhtiniana.

Volóchinov, no ensaio “A construção da enunciação” (2013), retoma o caráter social da linguagem e ressalta que a organização do trabalho na sociedade e a luta de classes determinaram a origem e o desenvolvimento desta, além de apontar para o caráter vivo e dinâmico, refutando a ideia de que seja algo morto e petrificado na vida social, uma vez que

não ocorre assim a comunicação entre os homens – que indica o movimento progressivo da língua. Para o autor,

[...] a linguagem humana é um fenômeno de *duas faces*: cada enunciação pressupõe, para realizar-se, a existência não só de um falante, mas também de um ouvinte. Cada expressão linguística das impressões do mundo externo, quer sejam imediatas quer sejam aquelas que se vão formando nas entranhas de nossa consciência e receberam conotações ideológicas mais fixas e estáveis, é sempre *orientada para o outro*, até um ouvinte, inclusive quando este não existe como pessoa real. (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 157 – grifos do autor).

Não pensamos no enunciado orientado a um outro como um diálogo no sentido estrito do termo, as duas faces não significam, necessariamente, dois seres humanos conversando, alternadamente, sobre um determinado tema. Mais do que isso, o ouvinte potencial previsto pelo enunciado é o que dá a dialogicidade, uma vez que esse enunciado tem um eco e não morre sem ter sido perpassado por outras vozes. Assim, da mesma forma que um enunciado, em formato de um bilhete, por exemplo, tem um ouvinte, um filme, como o caso do nosso *corpus*, também possui ouvintes em potencial para que possa se manter vivo enquanto linguagem, uma vez que as escolhas dos autores-criadores, diretores e equipe técnica revelam valorações que se destinam a um público em específico, mesmo sendo uma potencialidade.

Com isso, temos que o enunciado, expressão da linguagem, não está no mundo como algo apartado de um todo maior que o envolve – o diálogo, situando-o como um elo na cadeia verbal, de forma que se abstrairmos o caráter dialógico do enunciado (no sentido de que ele é ligado a algo anterior e pressupõe algo posterior), perdemos a noção de pensar a linguagem como orientada para o solo social. Dessa forma, toda e qualquer interação entre os sujeitos é compreendida como um diálogo, visto que o social está envolvido e, além disso, é dirigido a um sujeito ouvinte em potencial (e/ou real) e prevê uma resposta, além de ter nascido de uma resposta passada.

Souza (2002, p. 68), a partir de uma concepção sociológica do enunciado, concebe-o como a realidade material da linguagem, de modo que é composto do verbal e do extraverbal, que é realizado na interação verbal, entre falantes de uma determinada comunidade linguística. Com isso, o autor define certas características que o enunciado concreto (como ele o define) deve ter: “[...] ser dinâmico, histórico-fenomenológico, sociológico, ideológico e, finalmente, dialógico” (SOUZA, 2002, p. 55), porque a linguagem se comporta dessa mesma forma. Em *Questões de literatura e de estética*, em “O discurso no romance”, Bakhtin diz que

Um enunciado isolado e concreto sempre é dado num contexto cultural e semântico-axiológico (científico, artístico, político, etc.) ou no contexto de uma situação isolada da vida privada; apenas nesses contextos o enunciado isolado é vivo e compreensível: ele é verdadeiro ou falso, belo ou disforme, sincero ou malicioso, franco, cínico, autoritário e assim por diante. Não há enunciados neutros, nem pode haver (BAKHTIN, 2014, p 46).

Dessa forma, não é possível pensarmos em neutralidade quando pensamos em linguagem como organismo vivo, mas sim em enunciado responsável e respondente, pois eles estão impregnados de vozes outras que atuam como um elo entre valorações, seja em concordância ou recusa, em harmonia ou embate, de modo que o enunciado não pode ser concebido como um ato puramente individual, isto é, apartado de todo um contexto social, histórico e cultural que o circunda, pois isso encerraria a noção de diálogo em que ele está inserido. Entender o enunciado como dialógico é uma forma de compreendê-lo como ativo na vida social dos sujeitos, uma vez que é tomado como unidade real e concreta da comunicação.

Ainda, acerca das características do enunciado concreto, o autor aponta que

- a) é um fato real, é criado;
- b) é uma unidade da comunicação verbal, isto é, uma unidade do gênero;
- c) apresenta um acabamento real, ou seja, são irreproduzíveis (embora possam ser citados);
- d) as suas pausas são pausas reais;
- e) tem autor (e expressão) e destinatário. (SOUZA, 2002, p. 71-2).

A linguagem, materializada em enunciados, é resultado das interações entre grupos sociais distintos. Faraco (2009, p. 24) aponta para a relação que o enunciado mantém com a situação concreta da sua enunciação, assim como discute sobre o sentido do enunciado e sobre a atitude avaliativa do sujeito falante que, a depender do grupo social em que ele está inserido, será diferente, pois as condições em que o enunciado foi gerado e recebido dependem de questões históricas, políticas, econômicas, culturais e cada sujeito é constituído de uma maneira única, diferente dos demais sujeitos, embora estejam expostos às mesmas condições. Com isso, o Círculo de Bakhtin ressalta o caráter ideológico presente em todo e qualquer enunciado, pois procedem da vida.

Ainda, Volochínov (2013, p. 170-1) ressalta que além da orientação social do enunciado, ele também possui um significado – seu conteúdo, o que garante o caráter de interação. Assim, todas as palavras podem ter diferentes significados, a depender do uso empregado pelo sujeito falante, refletindo não só a situação imediata que gerou o enunciado, como todas as outras situações em que ele for utilizado. Cada enunciação da vida cotidiana

possui uma parte verbal e uma parte extraverbal que não está expressa, mas subentendida, de modo que se mostra essencial para a compreensão do próprio enunciado. Essa parte não-verbal, para o autor, possui alguns aspectos subentendidos:

[...] *o espaço e o tempo* em que ocorre a enunciação – o “onde” e o “quando”; o objeto ou *tema* de que trata a enunciação – “aquilo de que” se fala; e a *atitude* dos falantes face ao que ocorre – a “valoração”.

[...] é precisamente *a diferença das situações que determina a diferença dos sentidos* de uma mesma expressão verbal. Portanto, a expressão verbal, a enunciação, não reflete passivamente a situação. Ela representa sua *solução*, torna-se *sua conclusão valorativa* e, ao mesmo tempo, é condição necessária para seu posterior *desenvolvimento* ideológico. (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 172-3 – grifos do autor).

Dessa forma, o tom com que uma palavra é enunciada revela um significado diferente, segundo Volochínov (2013, p. 175 – grifos do autor), “[...] a entonação é a expressão sonora da *valoração social*” (o ideológico está na vocalidade, em relação ao tom, por isso pensamos a verbivocovisualidade). O GEGe aponta, ainda, que:

A entonação registra, claramente a presença do outro; por via da entonação, exprimimos um juízo sobre o que estamos simultaneamente transmitindo como informação em uma certa enunciação. É como se uma “mesma” palavra, impregnada de diferentes entonações, atendesse a novas, irrepetíveis e particulares situações. A entonação é a minha presença na palavra, é o modo de passar à palavra o meu ponto de vista, o valor que atribuo àquele pedaço do mundo significado; pela entonação ideologizo a palavra (GEGE, 2013, p. 35).

Ou seja, justamente por pensarmos na linguagem viva é que podemos compreender a entonação como um ponto de vista valorativo do sujeito na palavra, o ideológico, portanto, se encontra na vocalidade, no modo como a palavra é entoada e, assim, passada a outro sujeito, ouvinte real ou não. Dessa forma é que voltamos nosso olhar para esses aspectos do enunciado, pois eles é que nos revelam formas de compreender as visões de mundo que são construídas e difundidas por meio dessas interações sociais. Para Volochínov,

Essa enunciação, enquanto unidade da comunicação verbal, enquanto unidade significante, elabora e assume uma forma fixa precisamente no processo constituído por uma interação verbal particular, gerada num tipo particular de intercâmbio comunicativo social. Cada tipo de intercâmbio comunicativo [...] organiza, constrói e completa, à sua maneira, a forma gramatical e estilística da enunciação sua *estrutura tipo*, que chamaremos a partir daqui de *gênero*. (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 159 – grifos do autor).

Os enunciados vão sendo constituídos, socialmente, em tipos e formas mais consistentes para usos em esferas específicas, com determinada forma, tema e estilo específicos, o que gera a relativa estabilidade dos gêneros discursivos que abarca enunciados que se constituem relativos aos sentidos históricos das comunicações já existentes em determinados contextos (GEGE, 2013, p. 50-1). Com isso, Bakhtin classifica os gêneros em primários e secundários:

Os gêneros primários, ele chama de simples, e os secundários, de complexos. Simples porque ‘se formaram nas condições da comunicação discursiva imediata’, e complexos porque ‘surgem nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente mais desenvolvido e organizado’; e se estabelecem como relacionais entre si, numa troca infinita de sentidos e renovando continuamente os gêneros (GEGE, 2013, p. 52).

Assim é que o autor afirma que “Todos os diversos campos da atividade humana estão ligados ao uso da linguagem” (BAKHTIN, 2011a, p. 261), e que a língua é empregada na forma de enunciados concretos e únicos, proferidos pelos falantes de cada campo da atividade humana, sendo que esses enunciados refletem as condições específicas de cada campo no qual se encontram, não só pelo conteúdo, mas pelo estilo da linguagem. Dessa forma, ressalta que “todos esses três elementos – o conteúdo temático, o estilo, a construção composicional – estão indissolúvelmente ligados no todo do enunciado e são igualmente determinados pela especificidade de um determinado campo da comunicação” (BAKHTIN, 2011a, p. 261-2).

A língua integra a vida através de enunciados concretos, e vice-versa (BAKHTIN, 2011a, p. 265), de forma que ao nos propormos a compreender o funcionamento social de um texto (isto é, de um enunciado, um discurso), propomos-nos, automaticamente, a compreender as relações da vida, pois entendemos que estas, como Bakhtin disse, estão presentes nos enunciados por meio da linguagem, por isso prenhes de caráter ideológico tangente a um determinado grupo social, em que esse caráter ideológico pode assumir a posição de uma cor, de um som, de um gesto etc., pois compreendemos a integridade enunciativa como verbivocovisual, em que as dimensões não estão isoladas, mas participam do todo gerador de sentido que reflete e refrata as condições sociais de produção e circulação social.

Bakhtin, em “O problema do conteúdo, do material e da forma na criação literária”, presente na obra *Questões de literatura e de estética* (2014), discute a criação estética “[...] como um complexo processo de posicionamentos axiológicos em diferentes planos [...] que não há, nem pode haver enunciados neutros” (FARACO, 2009, p. 24-5). Dessa forma, ao pensarmos em um enunciado, seja qual for, e sendo um filme, como nosso *corpus*, não pensamos nele como isento de valorações, de vozes outras que o precedem e, também, o

sucedem, pois o enunciado, visto da perspectiva dialógica do Círculo de Bakhtin, é entendido como resposta passada e futura, sendo que estas não estão isentas ao que tange à ideologia, uma vez que “todo enunciado emerge sempre e necessariamente num contexto cultural saturado de significados e valores e é sempre um ato responsivo, isto é, uma tomada de posição neste contexto” (FARACO, 2009, p. 25).

Ainda acerca da dialogia, o GEGe aponta que esta é uma “[...] atividade do *diálogo* e atividade entre EU e *Outro* em um território preciso socialmente organizado em *interação* linguística” (GEGE, 2013, p. 29 – grifos do autor). Com isso, pensamos que a questão do sujeito “eu” e “outro” é de extrema importância e não deve ser concebida isolada do pensamento do diálogo (e, conseqüentemente, do enunciado e também da linguagem), porque é no diálogo que podemos observar o embate entre as diferentes entoações e valorações que compõem as visões de mundo e as vozes integrantes de um grupo social.

A noção de diálogo, presente em todo o pensamento do Círculo de Bakhtin, nos permite observar as mais diferentes manifestações de linguagem, uma vez que ela coloca os enunciados em um elo da cadeia discursiva que nos possibilita compreender os movimentos que participam do evento único do existir dos sujeitos. Faraco (2009, p. 59) diz que Voloshinov⁵¹ pensa em cada enunciado como uma resposta que contém, sempre, com maior ou menos nitidez, uma indicação de acordo ou desacordo, sendo um elo da corrente ininterrupta da comunicação sociocultural.

E, ao responder, também fertiliza o solo para uma outra resposta, pois se trata de uma tomada de posição axiológica (e, aqui, nos lembramos de Bakhtin ao dizer, em *Para uma filosofia do ato responsável*, que o sujeito não tem alibi na existência). Dessa forma, “todo dizer é, assim, parte integrante de uma discussão cultural (axiológica) em grande escala: ele responde ao já dito, refuta, confirma, antecipa respostas e objeções potenciais, procura apoio etc.” (FARACO, 2009, p. 59). Por isso, a partir de nosso *corpus*, a franquia de filmes *Meu Malvado Favorito*, podemos observar como esse enunciado trava diálogos com outros enunciados, sejam de quais esferas da circulação forem, como uma forma de compreender, ainda que não como um todo, os diálogos (e os espaços) que os minions encontraram na sociedade, principalmente, no contexto brasileiro.

Desse modo, explicitamos, mesmo que de maneira breve, a forma como os minions estão em nossa sociedade por meio de diferentes segmentos sociais, isto é, na esfera publicitária e econômica, na midiática, na política, dentre outras, sendo que cada uma dessas esferas está

⁵¹ Mantemos a grafia tal qual utilizada pelo autor, em referência à obra *Marxismo e Filosofia da Linguagem* (1929).

em constante diálogo também com as outras, pois um mesmo signo (minions) ganha diferentes temas a depender do local em que é veiculado, com a entoação própria daquele enunciado. Por exemplo, nos filmes, temos uma configuração dos minions que os colocam como servos fiéis de um malvado favorito, contudo, essa conotação não é compreendida como negativa pelo público consumidor, pois com ela se identifica e corrobora com a vendagem. Ao ser trazido para as mídias e para a esfera publicitária, o mesmo ocorre: os minions se mantêm com a conotação positiva, ainda que sejam configurados como servos, em sua “origem”.

Se vemos os minions em suas páginas oficiais de divulgação nas redes sociais e também nas páginas que veiculam o humor cotidiano passional vinculados à sua imagem, temos, ainda, a noção positiva do que é ser minions, que tem nos sujeitos que compartilham e curtem as publicações o seu respaldo social de identificação com esse tema e essa significação em específico. Contudo, ao passarem para o cenário político brasileiro, em especial, dentro do grupo de oposição ao atual governo, os minions deixam de ter a conotação positiva tal qual nos filmes e passam a ter uma nova significação, dessa vez, negativa – usada para denunciar, satirizar e fazer chacota com o presidente e todo o seu eleitorado político. Ainda assim, essa forma de sentido, como todas as outras em que os minions estão vinculadas, estão em constante diálogo com o enunciado de origem, a franquia *Meu Malvado Favorito*, e com ela, travam embates de concordância, de recusa, de inversão, de confirmação etc.

Tudo isso é observado, portanto, na forma com a qual o valor é expresso no signo “minions”, pois ele pode ser positivo ou negativo, crítica ou afirmação, a depender do tom dado pelo autor-criador que assim o utiliza – e esse tom pode ser materializado, no enunciado, por meio do verbal, do sonoro ou do visual. Desse modo é que temos na linguagem viva uma forma de compreensão dos processos de comunicação entre duas ou mais consciências que materializam, cada qual em seus enunciados, as valorações que (trans)formam o mundo cultural, social, econômico e político em que vivemos.

2.2 O signo ideológico e os reflexos e refrações sociais dos minions

A questão da ideologia, no Círculo de Bakhtin, não é trabalhada como algo pronto, dado e acabado, assim como a questão não é analisada como relativa apenas à consciência individual do sujeito. Ao contrário, como todas as discussões, trazem a questão do ideológico junto à outras questões filosóficas, como a questão da própria constituição dos signos e da subjetividade (MIOTELLO, 2005, p. 168). Portanto, pensaremos na ideologia relacionada a signo e sujeito, visto que o signo é produto (e também processo) do contato interindividual, criado no âmbito

do social, de modo que Volochínov (2013, p. 195 – grifos do autor) ressalta ser por isso que “[...] qualquer signo ideológico, sendo produto da história humana, não só reflete, mas inevitavelmente *refrata* todos os fenômenos da vida social”. A refração é definida, pelo autor, como o “[...] entrecruzamento de interesses sociais orientados de maneiras diferentes no âmbito de uma comunicação semântica, ou seja, pela *luta de classes*” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 199 – grifos do autor).

O signo, de acordo com Ponzio (2008, p. 90), é caracterizado pela sua pluricidade, indeterminação semântica e fluidez expressiva, além da sua adaptação a situações novas e diferentes. Por isso, o signo não tem como pré-requisito uma mera identificação, pois estabelece uma relação dialógica que comporta uma tomada de posição, uma atitude responsiva, que o autor chama de “compreensão responsiva”. Dessa forma, o que caracteriza o signo é o seu caráter ideológico, conforme parte da realidade e, gradualmente, adquire uma função ideológica:

[...] O signo representa (e organiza) a realidade (sínica e não sínica) a partir de um determinado ponto de vista valorativo, segundo uma determinada posição, por meio de um contexto situacional dado por determinados parâmetros de valoração, determinado plano de ação e uma determinada perspectiva na práxis (PONZIO, 2008, p. 109).

Segundo Ponzio (2008, p. 118), baseado em Volóchinov (2017 [1929]), as ideologias estão inseparavelmente unidas ao material sínico e, assim, não podem ser concebidas fora desse material, de forma que os signos não podem ser concebidos como meios de expressão de significados ideológicos, que se produzem, de maneira anterior, fora dos signos, como um “revestimento” externo de produtos de um processo ideológico extra-sínico. Prosseguindo, o autor diz que o signo possui uma dupla materialidade: como corpo é material em sentido físico, como signo é material em sentido de um produto histórico-social. Esses dois sentidos da materialidade do signo ideológico estão unidos por um nexos dialético, próprio de todo produto histórico-social.

Ponzio (2008, p. 120) diz que produzir e compreender signos significa participar de processos comunicativos que se realizam em condições sociais, relações de hierarquia, registros, ideologias, perspectivas individuais, ambiente, grupos ou classes diferentes. Ainda, o uso dos signos não se dá de maneira estática, fora da comunicação, de forma que só adquirem seu pleno significado na comunicação efetiva. Isso significa, portanto, pensar também em sujeitos, porque são estes que participam da comunicação, em que os signos emergem e trazem as valorações à tona – essas valorações, emergidas pelas relações sociais, não são sempre as

mesmas, ao contrário, são móveis e se renovam a cada novo uso, seja do mesmo grupo ou por grupos distintos, em embate. Por isso, afirma Ponzio (2008, p. 121): “O sógnico é o campo da indeterminação, da ambivalência, do desvio, da relatividade; é o campo no qual tudo se decide socialmente e se determina por circunstâncias, por relações, por práticas sociais, que se especificam em cada ocasião”.

Dessa forma, pensamos no signo como ideológico e relacionado aos sujeitos (produtores de enunciados), pois sua formação, ideológica, é sempre social e não apartada de algo maior que o compreende. Volóchinov (2017 [1929]) diz: “[...] a compreensão de um signo ocorre na relação deste com outros signos já conhecidos”, de forma que seja única e ininterrupta essa compreensão (ignorada pelo idealismo e psicologismo, que não veem que a compreensão só pode ser feita em um material sógnico). Assim, “essa cadeia ideológica se estende entre as consciências individuais, unindo-a, pois o signo surge apenas no processo de interação *entre* consciências individuais” (grifos do autor). Por isso, reforçamos o caráter do signo estar relacionado não só à ideologia, mas também ao sujeito, visto que “uma consciência só passa a existir como tal na medida em que é preenchida pelo conteúdo ideológico, isto é, pelos signos, portanto, apenas no processo de interação social” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 95), e disso resulta, também, a constituição do sujeito por meio da alteridade.

Ao pensarmos em termos de ideologia, muitas são as possibilidades de visualizá-la (não só no sentido de signo visual) nos enunciados. Por utilizarmos como *corpus* os filmes de uma franquia, temos enunciados verbivocovisuais (PAULA, 2017a, 2017b, 2017c, 2019a, 2019b), que são os que materializam a linguagem verbal, vocal/sonora e visual enquanto integridade enunciativa. Isso significa dizer que o ideológico está presente na cor, nas posições de câmera, na trilha sonora, no tom de voz, no tópico frasal, dentre tantas outras possibilidades de analisar um filme. Como exemplo, trazemos a relação de duas personagens, em *Meu Malvado Favorito 3* (2017), Gru e Dru, o recém-descoberto irmão-gêmeo perdido de Gru, pois entendemos, nessas duas personagens, uma constituição ideológica ao que tange às suas imagens construídas ao longo dos filmes e, em específico, nesse.

Gru, o malvado favorito, vê, em seu irmão, o seu oposto, tudo o que Gru não é, Dru é: Dru é extrovertido, bem-humorado e divertido, conquista todos à sua volta facilmente – o que sempre faltou em Gru, Dru tem. Essa oposição (e, de certa forma, complementariedade) é marcada, no enunciado, pela forma com a qual Gru e Dru se configuram, em termos de vestimenta e, também, de constituição física. O ideológico está marcado no visual. Gru é sempre representado com o mesmo traje, calça e casaco preto e um cachecol listrado de cinza claro e

preto. Seu irmão, Dru, também usa casaco, calça e cachecol – mas todos na cor branca, conforme é possível observar nas cenas em que ambos estão juntos:

Figura 26 - Gru e Dru



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁵²

Assim, pensar na simbologia por trás das cores como relacionada à forma de constituição dos sujeitos nos permite compreender, ideologicamente, a forma com a qual os sujeitos são representações sociais e, desse modo, se complementam mutuamente. Como dito, Dru completa (ou se opõe, de maneira expressiva) o que falta em Gru. Nas cenas anteriores, a câmera enquadra Gru e Dru no mesmo plano, o que revela a igualdade entre os sujeitos, que não são representados em termos de superioridade e/ou inferioridade (como os minions são em relação a Gru). Independente de quais sejam os trajes (no primeiro fotograma, são as roupas usuais do dia-a-dia, no segundo, um traje especial de vilania e, no último, pijamas), o preto e o branco irão contrastar as personalidades de Gru e Dru.

⁵² Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:27:50, 00:56:22 e 01:20:35, respectivamente.

Os trajes de Gru, sempre escuros, associam a cor preta, ideologicamente, com aspectos negativos, o que pode ser expresso não só pela sua vilania, mas pelo seu mau-humor e introversão, vistos ao longo dos filmes – e que é algo que Dru tem de sobra, tanto que é a sua característica cativante, em relação à Lucy e às meninas, o que deixa Gru enciumado. Em relação à simbologia das cores, Eva Heller (2013) diz que “num sentido figurado, “preto” significa mau e ruim”. Ou seja, a cor preta está relacionada, por meio de construções arquetípicas, a aspectos negativos. Os estudos de simbologia das cores partem de arquétipos sociais, de modo que a cor preta e branca, por exemplo, ficaram marcadas dessa forma socialmente, por isso que trouxemos esse aspecto ao que tange à vilania, em específico, pois assim ela é representada nos enunciados, principalmente nos de animação infantil. Essa representação traz, portanto, uma forma de identificação nos enunciados a respeito da constituição do sujeito que se veste com cor clara ou escura.

Isso tem a ver, no caso do filme, com a própria constituição subjetiva de Gru, que reflete uma construção social ao associar o tom escuro a aspectos negativos e de vilania (por exemplo, os filmes da Disney que trazem os vilões sempre trajados nessa tonalidade). Não é só no seu jeito de se portar que percebemos a sua negatividade, mas a sua roupa, signo visual, nos demonstra, ideologicamente, marcada pela cor, toda essa ideia do que o preto tem socialmente e que, assim, se relaciona ao modo de ser-existir de Gru. O mesmo ocorre com Dru que, ao contrário de Gru, tem a cor branca associada a ele que, segundo Heller (2013), está associada ao bem e à perfeição, pois comumente é associada aos deuses e às imagens religiosas – os anjos são representados com vestimentas e asas na coloração branca, enquanto os demônios tem a sua representação na cor preta, segundo a autora.

Ainda, o preto de Gru é, para Dru, sinônimo de algo que ele não tem e almeja ter durante toda a sua vida: a vilania. Nesse sentido, a cor escura relaciona-se também à ideia de sujeito vilânico, uma associação comumente feita, principalmente por conta dos filmes de conto de fadas dos estúdios Disney que trazem sempre o preto e os tons escuros (como roxo e verde) associados à imagem da maldade – o que fica no imaginário dos sujeitos e assim, quando veem, em cena, tal configuração, logo a associam à vilania e crueldade, por exemplo.

Dessa forma, essa dualidade presente na cor, entre bem e mal, é trazida ao longo de todo o filme, nos sujeitos Gru e Dru, como forma de representação ideológica de duas constituições subjetivas diferentes. Preto e branco, Gru e Dru, yin yang são instâncias que se complementam mutuamente, mas só observamos esses aspectos quando pensamos na interação entre esses sujeitos em cena e observando a sua constituição física, visual.

Por isso, o ideológico está presente na cor, no gesto, na tom de fala, dentre tantas outras possibilidades, pois a materialidade do signo é que expressa e carrega a valoração, conforme diz Paula (2017b). Gru e Dru não são representados como “preto” e “branco” fortuitamente, mas porque estabelecem uma relação de sentido entre eles e uma tensão é assim instaurada, ao longo do filme, que nos leva a assim compreendê-los e tê-los como dicotomicamente complementares. Por isso a importância de nos atentarmos à verbivocovisualidade da linguagem, pois ela é considerada como potencialidade valorativa. Segundo Paula (2017b, p. 295), “a ideologia que semiotiza os signos absorve o mundo pela linguagem, por meio de um viés sociológico”, de modo que podemos, estabelecer, assim, essas relações entre arte e vida e os sentidos que são construídos por meio de aspectos sógnicos.

As interações sociais pressupõem a existência de sujeitos que, diante da realidade, se posicionam e assumem valorações mediante os signos que os circundam. Segundo Ponzio (2008, p. 112), duas características presentes no signo o diferenciam de um objeto, fenômeno e/ou instrumento: a sua participação no processo de interação social e o reflexo da realidade de um ponto de vista ideológico, além da existência de vínculos sociais. De acordo com essas particularidades é que pensamos no signo como ideológico e por meio dele é que observamos como os diferentes sujeitos não só se relacionam, mas também se posicionam no mundo. Volóchinov (2017 [1929], p. 91 – grifo do autor), afirma que “[...] Tudo o que é ideológico possui uma *significação*: ele representa e substitui algo encontrado fora dele, ou seja, ele é signo” e reflete e refrata o mundo à sua maneira.

Acerca do reflexo e da refração, Faraco (2013, p. 173) diz que os signos podem apontar para uma realidade que lhes é externa (a materialidade do mundo) de maneira refratada, isto é, não apenas descrevemos o mundo por meio dos signos, mas construímos diversas interpretações desse mundo por conta da dinâmica histórica (temporal e espacial), das múltiplas e diferentes experiências nos grupos sociais. Por isso, não pensamos em uma realidade objetiva semiotizada de tal modo que não perpassa pelas relações individuais e particulares de cada sujeito, pois isso seria reduzir a realidade do signo ideológico a uma única possibilidade.

O ideológico possui existência de acordo com um material sógnico específico, que é social – criado pelo homem, de modo que existe entre indivíduos organizados e serve como mediador para a comunicação entre eles. Entretanto, há a necessidade de que esses indivíduos estejam organizados socialmente, porque “*a consciência individual é um fato social e ideológico*” (VOLÓCHINOV, 2017, p. 96-7, grifos do autor). Dessa forma, o sujeito não está isolado no mundo e, assim, compõe valorações acerca desse mundo. Ao contrário, por estar

em contato com outros sujeitos é que a sua individualidade é formada e, assim, colocada em confronto com outras individualidades, pautadas sempre no social.

Castro (2010, p. 196), ao falar sobre a concepção de ideologia no Círculo de Bakhtin, apresenta a ideia de que Bakhtin, em seus escritos sobre a estética literária, pensou em aspectos da formação subjetiva em relação direta com uma visão e conceituação de ideologia, isto é, a ideologia como um comportamento verbal, como “[...] *conjunto de possibilidades verbais e avaliativas passíveis de ser colocadas em ação, em enunciados concretos, por sujeitos concretos*” (CASTRO, 2010, p. 196 – grifos do autor). Portanto, ao pensarmos em ideologia, não descartamos as concepções de sujeito e história social, pois segundo Castro (2010, p. 196 – grifos do autor), “[...] cada sujeito se constitui a partir do amálgama vocal e valorativo dos outros, de outras vozes sociais, cada sujeito não só se constitui como único em termos de compleição subjetiva como também seu *escopo responsivo* está circunscrito aos seus limites sócio-formativos”.

Por esse “escopo responsivo” entendemos a forma como os sujeitos respondem ao mundo que os circunda – todo e qualquer enunciado produzido está em uma cadeia da comunicação verbal (vocal e visual, acrescentando outras materialidades possíveis de serem encontradas nos enunciados). Por isso, pensamos no signo ideológico, no sujeito e em seu contexto de vivência e circulação, pois todos esses aspectos se renovam e ganham novas configurações a cada novo uso, de modo que o sujeito não seja sempre o mesmo, assim como isso reflete nas valorações com as quais ele se coloca em contato e, conseqüentemente, responde ativamente.

Para Castro (2010), o sujeito é um elemento processador e veiculador das tendências valorativas na sociedade: “[...] *o sujeito é sempre uma seleção de vozes*” (2010, p. 196, grifos do autor), de modo que a sua constituição é única e ele expressa um viés próprio construído a partir de suas relações interpessoais – a concepção de alteridade em que o sujeito se constitui a partir de um “outro” que lhe é exterior e o concebe enquanto sujeito inalienável em relação a ele. Assim, responder ativamente ao mundo que o circunda – porque o sujeito não possui alibi na existência, segundo o Círculo de Bakhtin – é uma expressão ideológica (CASTRO, 2010, p. 196).

Segundo o GEGe (2013, p. 59), por ser ideológico é que o signo comporta crenças, visões de mundo e formas de interpretar a realidade, pois se o signo não fosse ideológico, nada disso poderia ser identificado nele, tampouco os sujeitos se relacionariam com essa materialidade sógnica ideológica. A ideologia, portanto, é social e está presente em todas as interações entre os sujeitos, de modo que, a depender do ponto de vista, dos sujeitos que estão

inseridos nessa interação, ela é ressignificada e reelaborada para esse novo contexto. Dessa forma, o grupo afirma que

O *signo* carrega, em sua constituição, numa face, uma oficialidade que o faz pertencer a determinado sistema ideológico e, na outra, uma necessidade de reorganização a partir do contato desse signo nas relações cotidianas travadas pelos *sujeitos*. A *ideologia* é essa dupla face que faz com que o *signo* se mantenha na *história* e também se transforme na *interação* verbal. Podemos definir a ideologia, portanto, como um conjunto de valores e de ideias que se constitui através da *interação* verbal de diferentes *sujeitos* pertencentes a diferentes grupos socialmente organizados na *história* concreta (GEGE, 2013, p. 59-60 – grifos do autor).

O Círculo de Bakhtin pensa a infra e superestrutura se relacionando de maneira dialética, sendo que os signos são o elemento mediador entre ambas (PONZIO, 2008, p. 116), de forma que as ideologias não são só “visões de mundo”, mas projeções sociais, segundo o autor. Isso, segundo Ponzio (2008, p. 116), porque em uma dada realidade social que possui contradições de classe, as ideologias respondem a interesses diferentes e contrastantes, de forma que os signos ideológicos vão refletir e refratar a realidade segundo as projeções de classe diferentes e os interesses de cada uma delas.

Dessa forma, a ideologia é entendida pelo Círculo de Bakhtin não como “falsa consciência”, disfarce e ocultamento da realidade social, não percepção da existência das contradições e existência das classes sociais, como já elaborado, anteriormente, por Marx e Engels, porém é a partir dessas ideias que eles reelaboram o pensamento de ideologia, colocando ao lado do que é oficial o não-oficial também, segundo Miotello (2005, p. 168). O autor reflete, ainda, acerca da ideologia oficial e do cotidiano (não-oficial):

A ideologia oficial é entendida como relativamente dominante, procurando implantar uma concepção única de produção de mundo. A ideologia do cotidiano é considerada como a que brota e é constituída nos encontros casuais e fortuitos, no lugar do nascedouro dos sistemas de referência, na proximidade social com as condições de produção e reprodução da vida (MIOTELLO, 2005, p. 168-9).

Portanto, é importante pensarmos na ideologia não como duas realidades distantes e separadas (oficial e não-oficial), mas como paralelamente constitutivas, pois a existência de um caráter pressupõe o outro, ao que o Círculo de Bakhtin assinalou como uma relação dialética entre ambas em que, de um lado, a ideologia oficial atua como estrutura, relativamente estável e, do outro, a ideologia não-oficial atua como acontecimento, relativamente instável, sendo que

ambas formam o contexto ideológico completo e único, reciprocamente, com vistas no processo global de produção e reprodução social (MIOTELLO, 2008, p. 169). Ainda, prossegue o autor, “[...] a superestrutura não existe a não ser em jogo e relação constante com a infraestrutura”, sendo que “[...] essa relação é estabelecida e intermediada pelos signos e por sua capacidade de estar presente necessariamente em todas as relações sociais” (MIOTELLO, 2008, p. 171).

Embora os sujeitos utilizem uma mesma língua, por exemplo, o signo ideológico é banhado de significações diferentes, a depender das relações de classe. Assim é que o signo se torna vivo e móvel: graças às diferentes refrações que ele encontra diante da realidade, apontando para diferentes pontos de vistas, avaliações e opiniões, de forma que o signo ideológico revele uma acentuação valorativa que faz com que ele não seja a expressão de uma ideia, mas a “[...] expressão de uma tomada de posição determinada, de uma práxis concreta” (PONZIO, 2008, p. 115).

Segundo Ponzio (2008, p. 137), ao explicitar a dimensão histórico-social, o caráter ideológico e de classe (mais especificamente, em *Marxismo e filosofia da linguagem*), o Círculo de Bakhtin concebe que a superestrutura não é suficiente para determinar as características específicas do signo verbal, além de pensar que uma sociedade dividida em classes não pode ter uma comunidade linguística que coincida com uma única classe, de forma que o signo verbal não tem somente um sentido, visto que nele se entrecruzam acentos ideológicos diferentes.

Um fator importante, no enunciado, relacionado à ideologia, é a entoação, presente “[...] *no limite entre o verbal e o extraverbal, entre o dito e o não dito*” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 82 – grifos do autor), conforme discutimos brevemente anteriormente. Segundo o autor, é por meio dela que a palavra possui uma relação direta com a vida, pois ela é social por excelência, o que faz com que exista a relação entre um sujeito falante e um sujeito ouvinte (real ou em potencial), além dela revelar significados diferentes, a depender do modo como é entoada. Ainda, “[...] *uma mesma* palavra nos lábios de pessoas de classes distintas reflete também pontos de vista distintos, mostra relações diferentes com a mesma realidade, com o mesmo fragmento da realidade que constitui o tema daquela palavra” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 197 – grifos do autor).

A palavra, no seu uso concreto e real, corresponde ao signo ideológico, pois não é concebida como uma abstração da língua em nível estrutural, mas é vista como formada e modificada em um determinado contexto de valorações que estão dialeticamente unidas às condições materiais da vida e à divisão de trabalho. Em uma sociedade dividida em classes, na linguagem, refletem-se e são necessárias as contradições entre concepções ideológicas diferentes (PONZIO, 2008, p. 137-8), pois é isso que mantém o signo vivo e faz com que não

prevaleça uma dominação de classe sobre outra, de modo a criar o silenciamento ou apagamento de outra em detrimento de suas correntes ideológicas.

Para ilustrarmos a questão da ideologia e do signo ideológico ao que tange à reacentuação social dos minions, da palavra-minha e palavra-outra, traremos como cotejo o termo “bolsominions”, criado a partir de uma ideia de sujeitos minions que está presente nos filmes que são *corpus* da pesquisa e que, aqui, foi ressignificado para o contexto brasileiro. Como observaremos nas imagens a seguir, há o uso do termo “bolsominions” por dois grupos distintos, um que hostiliza e satiriza o comportamento desses sujeitos, outro que confirma e assume tal posicionamento, ambos enquanto signo ideológico, no uso vivo e real da língua, materializam contextos sociais diferentes, logo, valorações acerca do que é “ser bolsominions” diferentes.

Figura 27 - Uso do termo "bolsominions"



Fonte: Facebook⁵³

⁵³ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/ChargesContraOCoiso/photos/a.187240738840982/193700214861701/?type=3&th eater>> Acesso em: 21/10/2018.

Na imagem, observamos o uso do termo “bolsominions” voltado para diferentes tipos de sujeitos, ou seja, sub-termos dentro de um termo maior e geral, de modo a caracterizar o que um grupo oposto entende pelo sujeito “bolsominions”, materializando, com isso, as contradições que fazem parte desse grupo (pela ótica do grupo contrário). Aqui, as imagens de minions, em diferentes situações envolvendo um comportamento observável na vida, presentes em outros sujeitos, geram a resignificação do termo “minions” que está na arte, dentro de filmes, para “bolsominions”, que está na vida e, mais especificamente, dentro da esfera política.

Tal associação entre vida e arte é possível por meio de aproximações do padrão de comportamento entre os minions e os bolsominions, isto é, o sujeito-autor da charge vê no eleitorado político, a imagem dos minions (que, como dito, são sujeitos voltados à servidão, à vilania e a seguirem um malvado favorito fielmente) como próximos aos apoiadores do político, de forma que se utiliza de diferentes discursos propagados por eles (como o de corrupção, militarismo, imagens de feminino, patriotismo, família tradicional e heterossexualidade) e revela as contradições que estão presentes dentro dos próprios discursos proferidos por esses mesmos sujeitos.

Ainda, em termos de valoração e de diálogo com o enunciado de origem, vemos que a charge utiliza a tipografia para escrever “bolsominions” tal qual utilizada no filme *Minions*, de 2015, destacando o prefixo “bolso” em preto e o sufixo “minions” em amarelo – a única coloração, amarela, em toda a charge. Isso porque o amarelo é ideológico, porque o amarelo (como trazemos no título da pesquisa e ao longo dela) é a “febre amarela ‘minions’”, eles estão em todos os lugares, de modo que o amarelo se tornou uma cor associada a eles. Cada minion representa uma contradição diferente associada ao grupo, mantém uma relação, também, com os minions como reproduzidos nos filmes, de modo que a associação entre minions e bolsominions é feita tanto fisicamente quanto subjetivamente, levando-se em consideração seus valores e ideais (que, embora não estejam expressos desse modo nos filmes, foram resignificados aqui para o contexto brasileiro – e não qualquer contexto, mas o eleitoral de 2018, em específico).

Figura 28 - Outro uso do termo "bolsominions"



Fonte: *Facebook*⁵⁴

Já nessa outra imagem, observamos o uso do termo “bolsominions” como esvaziado do sentido visto anteriormente, pois há uma espécie de “chamamento” para derrubar esse termo dito pejorativo e construir uma nova significação em torno dele, não mais como um discurso contraditório, mas como um discurso do qual os apoiadores e eleitores se orgulham, ou seja, não veem, nos minions, um motivo de piada, humor, chacota ou sátira, mas ao esvaziá-lo do sentido “original”, buscam uma forma de se identificarem com o termo, mas não da forma como é propagado pelo grupo oposto, mas sim o reforçando como algo positivo e motivo de orgulho.

Portanto, observamos a aproximação com a imagem de minions não só pelo desenho presente na publicação, mas também pelo termo “bolsominions” escrito explicitamente (que, assim como na imagem anterior, aproveita-se da tipografia presente no filme *Minions* (2015)). Ainda, há uma mensagem final, também construída na terceira pessoa do plural, com o pronome “nós”, que sugere aproximação entre o sujeito ouvinte e sujeito falante: “Somos milhões, somos amados e trabalhamos incansavelmente para eleger o ‘Malvado Favorito’”. Nisso reside a aproximação, também, entre a arte e a vida, ao trazer, na voz social desse grupo, o que eles entendem por ser (bolso)minions, não como algo negativo (tal qual propagado pelo grupo anterior), mas como algo positivo e motivo de orgulho. Isto é, pois tal qual os minions dos

⁵⁴ Imagem disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominiosPatriotas/photos/a.331453604040148/332494820602693/?type=3&theater>> Acesso em: 16/02/2019.

filmes, eles se dedicam para fazer com que o “malvado favorito” (termo também utilizado por esse grupo) seja eleito nas eleições presidenciais de 2018.

Nesse enunciado, em formato de publicação de página de *Facebook*, observamos, portanto, como ocorre o esvaziamento do sentido utilizado no termo anterior (o signo minions é o mesmo, o sentido é outro), pois ao se apropriarem desse termo, é possível revertê-lo e dar-lhe um novo uso, pois a língua é viva e os signos não são utilizados uma única vez e se tornam petrificados mediante os outros sujeitos, incapazes de serem utilizados de outra forma. Ainda, acumulam-se no signo uma matéria ideológica que provém de usos anteriores, uma vez que no próprio enunciado a seguir é possível observar como o grupo que agora o utiliza o faz a partir de um uso anterior, mediante o enunciado “Vamos *reverter* o efeito pejorativo do apelido e *usá-lo a nosso favor*” (grifos nossos), o que revela a preocupação da autoria da publicação em dar um novo sentido para o tema “minions” já utilizado por outros sujeitos, diferente do primeiro, portanto, para que o termo seja favorável à designação do próprio grupo e torne-se, assim, positivo.

Também há, na construção da publicação, por meio dos elementos visuais, a imagem de um minion, tal qual representada nos filmes, com as mãos unidas, os olhos para cima e o sorriso de canto em gesto de súplica, chamando outros, iguais a ele, para se unirem nessa corrente de reversão do termo pejorativo “bolsominions” para o termo positivo “bolsominions” (o signo linguístico se mantém o mesmo, a valoração está no uso – a entoação dada pelo sujeito).

Os embates entre termos (e, isso significa, entre diferentes vozes sociais) ocorrem quando confrontamos esses tipos de uso pois a língua possibilita, uma vez que a entendemos não de um ponto de vista laboratorial, fechado e isolado do todo social, mas do ponto de vista de sujeitos vivos, ativos e que falam a partir de um lugar valorativo, prenhe de ideologias. Faraco (2009, p. 58) diz que, em *O discurso no romance*, Bakhtin trata da dialogização das vozes sociais, isto é, “[...] o encontro sociocultural dessas vozes e a dinâmica que aí se estabelece: elas vão se apoiar mutuamente, se interiluminar, se contrapor parcial ou totalmente, se diluir em outras, se parodiar, se arremedar, polemizar velada ou explicitamente e assim por diante” (FARACO, 2009, p. 58). Disso decorre o ambiente propício para que haja o entrecruzamento das vozes sociais, como no exemplo anterior, com o termo “bolsominions” e as diferentes acentuações que dele decorrem.

Por isso, o diálogo é uma noção cara ao pensamento bakhtiniano, uma vez que, segundo o autor, este se configura como a “[...] a dinâmica inerente ao universo da criação ideológica, o jogo de forças que torna esse universo vivo e móvel” (FARACO, 2009, p. 58). O diálogo é o que nos permite observar essas vozes sociais em confronto, pois é próprio do diálogo esse

embate entre concepções de mundo distintas, de modo que os enunciados que materializam essas vozes se encontram em uma relação de resposta, isto é, os enunciados respondem a algo já dito, mas provocam continuamente as mais diferentes respostas (sejam de quais carâteres forem) (FARACO, 2009, p. 58), como podemos observar com o termo “bolsominions”, prenhe de conteúdo ideológico pois provém da arte (filme) e de diferentes esferas da atividade humana, como a política, especificamente.

Miotello (2005, p. 170), baseado em Volóchinov, em *Marxismo e filosofia da linguagem*, ressalta que todo signo recebe um “ponto de vista”, pois representa a realidade a partir de um lugar valorativo, o que faz o signo coincidir com o domínio do ideológico, de forma que é determinado sócio-historicamente, sendo que seu lugar de constituição e materialização é na comunicação dos mais diferentes grupos organizados ao redor das esferas da atividade humana. Em cada relação social os signos se revestem de sentido próprios, relacionados ao interesse de um grupo específico e a ideologia responde a interesses diversos e contrastantes entre si, reproduzindo uma ordem social existente, bem como discutindo e subvertendo as relações sociais (MIOTELLO, 2005, p. 171).

Por isso, ao falarmos do termo “bolsominions”, nos atentamos não só para a sua circulação feita por um determinado grupo social (contrário ao posicionamento e à crítica adotada), mas também para a resposta gerada a esse termo que, no caso, constitui-se da reutilização do termo em diferentes contextos e significações, isto é, de forma que não se tenha somente a imagem anteriormente veiculada, mas que exista, também, a imagem-resposta do que é ser bolsominion. Contudo, uma imagem de bolsominion (positiva ou negativa, favorável ou desfavorável) não “enfraquece” nem “apaga” a outra, ao contrário, elas se constituem de maneira conjunta, pois as valorações circulam na vida de forma conjunta, não de forma isolada, tampouco em superação uma da outra. Cabe ressaltar, ainda, que ambas as imagens de bolsominion, sejam positivas ou negativas, são reacentuações primeiras dos minions, presentes nos filmes – reacentuação essa que é uma recepção não prevista pelo fenômeno da franquia.

Sobre esse caráter do signo, em que a palavra atua como agente e memória social, pois figura em contextos sociais distintos, Miotello (2005, p. 172) aponta: “Vozes diversas ecoam nos signos e neles coexistem contradições ideológico-sociais entre o passado e o presente, entre as várias épocas do passado, entre os vários grupos do presente, entre os futuros possíveis e contraditórios”. Concluindo o seu pensamento, diz:

[...] a ideologia é o sistema sempre atual de representação de sociedade e de mundo construído a partir das referências constituídas nas interações e nas

trocas simbólicas desenvolvidas por determinados grupos sociais organizados. É então que se poderá falar do modo de pensar e de ser de um determinado indivíduo, ou de determinado grupo social organizado, de sua linha ideológica, pois que ele vai apresentar um núcleo central relativamente sólido e durável de sua orientação social, resultado de interações sociais ininterruptas, em que a todo momento se destrói e se reconstrói os significados do mundo e dos sujeitos (MIOTELLO, 2005, p. 176).

Ponzio (2008, p. 112-3) ressalta que o Círculo de Bakhtin entende, pelo termo de “ideologia”, as diferentes formas de cultura, os sistemas superestruturais (arte, religião, direito, ética etc.), os diferentes substratos da consciência individual (da ideologia oficial a não-oficial) e os substratos do inconsciente, do discurso censurado. Desse modo, a ideologia é a expressão, representação, organização e regularização das relações histórico-materiais dos sujeitos. Assim, o Círculo de Bakhtin se mostra contrário às interpretações, em termos mecânicos, da relação entre estrutura econômico-social e superestruturas ideológicas, de forma que todo e qualquer elemento ideológico deve ser considerado em seu campo ideológico específico, de acordo com suas leis específicas.

Castro (2010, p. 182), baseado em *Marxismo e filosofia da linguagem*, destaca que Volóchinov buscava uma melhor compreensão e desenvolvimento sobre como se dá a produção dos sentidos no âmbito das interações sociais, e como esse sentido agrega índices de valor social. Embora a teoria marxista seja coerente em seus pressupostos, ela não possuía uma teoria nem sobre a linguagem nem sobre a grande variedade simbólica a que está sujeita a consciência humana, de forma que dificultava a abordagem da questão ideológica, pois “[...] falar em ideologia, ou em valor/índice de valor social, é falar sobretudo em sentido, o que não se pode fazer sem uma definição mais precisa e abrangente das características do mundo semiótico que nos rodeia” (CASTRO, 2010, p. 182).

Também há um outro aspecto que Castro (2010) ressalta ser de importância para Volóchinov (2017 [1929]), relacionado ao marxismo: a necessidade de uma maior compreensão das relações entre a base econômica – combustível e motor das mudanças sociais para o marxismo e um de seus grandes fundamentos e as grandes superestruturas sociais, subdivididas na ciência, arte, política etc. O erro, segundo Volóchinov, está na causalidade mecânica, entendida pelos marxistas como as relações de influência entre as superestruturas e a infraestrutura, empobrecendo a rica e complexa dinâmica das relações sociais, históricas e culturais (CASTRO, 2010, p. 182). Segundo o autor, o Círculo de Bakhtin conseguiu destacar o papel central que a linguagem deveria ter na percepção das tramas criadas pelas relações sociais mediadas simbolicamente, das mais altas às mais baixas esferas da ação humana (CASTRO, 2010, p. 187).

Faraco (2013, p. 172) faz uma “varredura” do termo “ideologia” nos escritos de Bakhtin, observando que, principalmente, o termo está relacionado à atividade estética (literária, mas não somente), bem como à arquitetônica do sujeito. Por isso, o autor diz que

“[...] para Bakhtin, viver é sempre, a cada momento, posicionar-se axiologicamente [...] em meio às inúmeras posições axiológicas que existem socialmente numa determinada época [...], que estão verbalmente [...] materializadas [...] e que constituem a forma arquitetônica [...] ou a forma interna [...] do discurso” (2013, p. 172).

Por conta desse posicionamento valorativo, os sujeitos não são capazes de produzir enunciados neutros, pois todo e qualquer enunciado remete a um posicionamento axiológico do sujeito, carregado de um acento avaliativo – que, a depender do tempo, do espaço e das relações sociais às quais foi exposto, será diferente de outro(s) sujeito(s). Por isso, Faraco (2013, p. 174) diz que por conta da heterogeneidade das práxis do sujeito, os grupos sociais atribuem valorações diferentes (contrastantes, contrárias e, até, contraditórias) aos entes e eventos, às ações e relações que ocorrem. Dessa forma, os grupos sociais geram novos modos de dar sentido ao mundo, o que é próprio da refração do signo, que não só reflete como também refrata a realidade a seu modo, inscrevendo, nos signos, a diversidade e as contradições das experiências históricas dos grupos sociais. Ainda, acerca da dinamicidade da história e da plurivalência social dos signos, Faraco diz:

A dinâmica da história, em sua diversidade e complexidade, faz cada grupo humano, em cada época, recobrir o mundo com diferentes axiologias, porque são diferentes e múltiplas as existências que nela se dão. E essas axiologias participam, como elementos constitutivos, dos processos de significação, daí resultando as inúmeras semânticas, as várias verdades, os inúmeros discursos, as inúmeras línguas ou vozes sociais com que atribuímos sentido ao mundo. Essa plurivalência do signos é o que os torna vivos e móveis. É ela que dá a dinamicidade ao universo das significações, na medida em que as muitas verdades sociais se encontram e se confrontam no mesmo material semiótico e no mesmo signo. O material semiótico pode ser o mesmo, mas sua significação no ato social concreto de enunciação, dependendo da voz social em que está ancorado, será diferente. Isso faz da semiose humana uma realidade aberta e infinita (FARACO, 2013, p. 174-5).

É nesse sentido, portanto, que Bakhtin (2010) afirma o tom emotivo-volitivo da palavra viva, que só de o sujeito ter entrado em contato com ele não existe uma indiferença, mas uma relação interessado-afetiva, de forma que a palavra não denota somente um objeto de modo presente, mas também a entoação do sujeito expressa a sua “[...] atitude avaliativa em relação ao objeto – o que nele é desejável e não-desejável – e, desse modo, movimenta-o em direção

do que ainda está por ser determinado nele, tornando-se um momento de um evento vivo” (BAKHTIN, 2010, p. 85-6). Segundo o autor, tudo o que se relaciona com o sujeito é dado em algum tom emotivo-volitivo, pois é dado como momento do evento do qual o sujeito faz parte.

Assim é que ele afirma: “Nenhum conteúdo seria realizado, nenhum pensamento seria realmente pensado, se não se estabelecesse um vínculo essencial entre o conteúdo e o seu tom emotivo-volitivo, isto é, o seu valor realmente afirmado por aquele que pensa”. (BAKHTIN, 2010, p. 87). Prosseguindo, Bakhtin diz que “um tom emotivo-volitivo, uma valoração real, não se referem ao conteúdo enquanto tal, tomado isoladamente, mas na sua correlação comigo no evento singular do existir que nos engloba” (BAKHTIN, 2010, p. 90).

Por isso pensamos no sujeito, na história (tempo-espaço) e na cultura, pois como cada enunciado é único, cada tom também muda de acordo com o sujeito, com a história e com a cultura no qual estão inseridos, de forma que não podemos pensar nesses aspectos isolados, mas no uso concreto e real, pois isso é o que nos revela a valoração que perpassa não só o sujeito, mas toda uma situação exterior que o engloba, conforme apreendido na citação anterior. Com isso, concluímos – esteticamente – o nosso pensamento acerca do signo ideológico, como algo caro à relação entre os sujeitos e também ao mundo que os circunda, uma vez que tudo está permeado de valorações, de posicionamentos e visões de mundo, sendo impossível assumir uma postura indiferente ou neutra diante do evento único do existir, no qual o sujeito está situado e responde ativamente com toda a sua vida, sem álibis.

2.3 Eu-outro em embate: o ser “minions” dentro e fora de diferentes telas

Geraldi, na introdução da obra *A construção da enunciação e outros ensaios* (2013), todos de autoria atribuída a Volochínov, diz que nós, enquanto sujeitos, elaboramos o mundo a nossa maneira, pois lhe damos sentidos que não são jamais acabados, completos, prontos nem definidos (p. 7), mas ao contrário, pensando em consonância com Bakhtin, tais sentidos nunca são constituídos fora da relação com um outro sujeito, fora do diálogo. Além disso, nada está pronto e acabado, no sentido de concluído, de modo que a cada nova interação, os sujeitos se modificam e se constituem de uma forma diferente.

Pensando na questão da alteridade, situamos o sujeito “eu” sempre em relação ao “outro” pois, sem a interação, é impossível pensar em um sujeito dialógico, em relação com o seu tempo e espaço de vivência, porque a existência do “outro” é parte constitutiva e transformadora do “eu”. De acordo com o GEGe:

Para Bakhtin, é na relação com a *alteridade* que o indivíduos se constituem. O ser reflete no *outro*, refrata-se. A partir do momento em que o indivíduo se constitui, ele também se altera, constantemente. E esse processo não surge de sua própria consciência, é algo que se consolida socialmente, através das interações, das *palavras*, dos *signos* (GEGE, 2013, p.13 – grifos do autor).

Ainda, a compreensão e a interpretação perpassam, ainda, pela noção do “outro”, por meio da palavra alheia, de modo que a alteridade está relacionada com a pluralidade de vozes sociais existentes, isto é, com a(s) ideologia(s), sendo impossível pensar em um sem pensar no outro aspecto. Dessa forma, ao enunciar, também ouvimos e vice-versa, constituindo-se como movimentos da mesma atividade. Se pensarmos que um enunciado, assinado por um sujeito-autor, é sempre uma resposta, pensamos, então, que elas são elaboradas a partir da nossa relação com o outro, isto é, com a alteridade (GEGE, 2013, p. 24), construindo uma compreensão ativa e responsiva à palavra do outro que torna-se minha palavra própria por meio, anteriormente, da palavra alheia. Ainda, o GEGe (2013) explica que

Em “Estética da Criação Verbal”, Bakhtin afirma que “é impossível alguém defender sua posição sem correlacioná-la a outras posições”, o que nos faz refletir sobre o processo de construção da identidade do *sujeito*, cujos pensamentos, opiniões, visões de mundo, consciência etc. se constituem e se elaboram a partir de relações dialógicas e valorativas com outros sujeitos, opiniões e dizeres. A alteridade é fundamento da identidade. Relação é a palavra-chave na proposta de Bakhtin (GEGE, 2013, p. 13 – grifos do autor).

Pelo fato do sujeito se constituir socialmente por meio de suas interações e diálogos é que podemos observar como os enunciados, que funcionam como um elo entre os sujeitos, são carregados de valorações sociais constituídas socialmente (GEGE, 2013, p. 82). Portanto, não pensamos em um sujeito isolado, mas no sujeito eu-outro, em interação, em embate valorativo, em constate troca ideológica e dialógica porque, por sua vez, estes se comunicam por meio de enunciados e nele materializam as valorações com as quais têm contato e se filiam.

Contudo, cada sujeito é único e assume uma posição igualmente única na existência, de modo que, embora seja constituído por outros sujeitos, só o sujeito, enquanto “eu”, pode (e deve) responder ativamente por si. Isso, no pensamento do Círculo de Bakhtin, é denominado como o “não-álibi da existência”, de forma que nenhum sujeito pode se isentar de sua responsabilidade de ser sujeito no evento único do existir. De acordo com o GEGe, “Bakhtin vai dizer também que viver é responder; é assumir, a cada momento, uma posição axiológica frente a valores” (2013, p. 76). E isso gera, portanto, o posicionamento ético do sujeito, relativo

a agir e ocupar o seu lugar único no mundo, que nenhum outro sujeito pode ocupar, mas que só é possível que ele ocupe caso esteja em relação, em interação, em embate valorativo com outros sujeitos. Bakhtin, em *Para uma filosofia do ato responsável* (2010), ao tratar do agir do sujeito, diz:

Cada um de meus pensamentos, com o seu conteúdo, é um ato singular responsável meu; é um dos atos de que se compõe a minha vida singular inteira como agir ininterrupto, porque a vida inteira na sua totalidade pode ser considerada como uma espécie de ato complexo: eu ajo com toda a minha vida, e cada ato singular e cada experiência que vivo são um momento do meu viver-agir (BAKHTIN, 2010, p. 44).

É possível observar, na citação acima, como o pensamento de Bakhtin coloca o sujeito como responsável por si, desde seu pensamento até o seu ato, e essa responsabilidade é contínua, não se finda, tampouco se interrompe, pois a vida do sujeito é, dessa forma, um agir complexo que não envolve somente ele mesmo, embora seja singular, mas todo um conjunto de outras ações coletivas que o situam no mundo. Por isso a noção de responsabilidade, de ato e de alteridade nos é cara, nesse momento, visto que são elas que situam o sujeito no plano do existir, colocando-o não como algo passivo a quem tudo lhe é externo e passivo, mas como um sujeito ativo com seu entorno, com suas valorações e visões de mundo, pois assim não estará no campo dos alibis. Mais adiante, ao falar sobre a relação do sujeito com o objeto, no campo do dever, Bakhtin afirma que a participação responsável do sujeito, e não a sua abstração, é o que possibilita compreendê-lo em relação à sua singularidade do existir-evento (BAKHTIN, 2010, p. 66).

O ato responsável do sujeito, portanto, o coloca em situação de obrigação ética com a existência, pois a sua assinatura, na vida, reconhece e subscreve tal obrigação, de modo que ele aja eticamente (BAKHTIN, 2010, p. 94). Dessa forma, Bakhtin afirma que tudo o que é capaz de ser feito por um sujeito, só é capaz de ser feito por ele mesmo, não por um outro sujeito, pois a singularidade do existir presente é obrigatória e única a cada um, sendo esta relação de não-álibi particular a cada um, baseada no dever concreto e singular do ato. Assim, o sujeito age e ocupa o seu lugar no mundo, de maneira ativa e responsável:

[...] eu também sou participante no existir de modo singular e irrepitível, e eu ocupo no existir singular um lugar único, irrepitível e insubstituível e impenetrável da parte de um outro. Neste preciso ponto singular no qual agora me encontro, nenhuma outra pessoa jamais esteve no tempo singular e no espaço singular de um existir único (BAKHTIN, 2010, p. 96).

Nesse momento de nossos estudos, nos é cara a concepção de sujeito como descrita por Bakhtin por pensarmos que nenhum outro sujeito pode ser o que este é, refletindo, assim, sobre as singularidades que compõem a coletividade, afinal, não é porque falamos de unicidade, do evento único do existir de cada sujeito, que podemos nos esquecer de que isso ocorre em um grupo social organizado, mediante trocas constantes e incessantes de interação – em diálogo. Voltamos nosso olhar, assim, para os minions dentro das produções que compõem a franquia de filmes e observamos o lugar que eles ocupam na realidade que os circunda – “[...] cada pessoa ocupa um lugar singular e irrepitível, cada existir é único” (BAKHTIN, 2010, p. 96-7) – de forma que, para pensarmos nele, como sujeitos singulares, únicos, devemos nos atentar, também, para algo (ou melhor, alguém) que os constituem de maneira explícita: o Gru, o patrão malvado favorito. Como servos, os minions estão em relação direta com a servidão, possibilitada por meio da figura de Gru, que detém e controla as condições de trabalho-exploração às quais eles almejam com toda a sua existência.

Assim é que o ato responsável coloca um sujeito em relação ao outro, pois “[...] ser realmente na vida significa agir [...]” (BAKHTIN, 2010, p. 99), de forma que não podemos conceber tal pensamento sem que, junto, esteja atrelada a ideia de outros sujeitos envolvidos no ser-agir, isso mediante o não-álibi na existência que, segundo Bakhtin, transforma a possibilidade vazia em um ato responsável real, concreto, obrigatório. Nesse sentido, o autor afirma: “E tudo em mim – cada movimento, cada gesto, cada experiência vivida, cada pensamento, cada sentimento – deve ser um ato responsável” (BAKHTIN, 2010, p. 101), o que nos remete ao pensamento de que a responsabilidade está diretamente ligada ao sujeito por meio de seus atos. Não é possível, então, isentar os sujeitos de tomadas de posicionamentos axiológicas, pois estas revelam ao que o sujeito responde, ativamente, com a sua vida e todo o seu ser. Falar em não-álibi é falar em consciência do sujeito em relação à outras consciências, que assim se coloca mediante o agir-ser no evento único da existência, marcando o seu lugar no mundo por meio de seus atos responsáveis e responsivos.

Assim é que Bakhtin (2010, p. 114), ao falar da arquitetônica do mundo real, traz três momentos fundamentais: eu-para-mim, o outro-para-mim e eu-para-o-outro que, segundo o autor, “[...] todos os valores da vida real e da cultura se dispõem ao redor destes pontos arquitetônicos fundamentais do mundo real do ato: valores científicos, estéticos, políticos [...] e [...] religiosos” (2010, p. 114-5). Dessa forma, todos os valores e relações se dão de acordo com esses momentos que constituem a ideia de sujeito para o Círculo e, como já dito, não qualquer sujeito, mas um sujeito real, ético, responsável e em diálogo com outros sujeitos e o mundo que o circunda. Segundo Paula e Siani (2019c),

As identidades dos sujeitos se constroem, calcadas no Círculo bakhtiniano, na e pela relação de alteridade, ou seja, na constituição concomitante do “eu” e do “outro”: o “eu” é o que ele vê de si mesmo, como seu outro (interno); além de ser, também, o que o “outro” (externo) vê dele; e ainda o que ele vê do “outro” (interno e/ou externo). A essas relações, Bakhtin chamou, respectivamente, em *Para uma Filosofia do Ato Responsável* (2010), de “eu-para-mim”, “eu-para-o-outro” e “outro-para-mim” (PAULA; SIANI, 2019c, p. 58).

Portanto, a partir desses três momentos fundamentais do sujeito, podemos pensar em nosso *corpus*, mais especificamente na relação arquitetônica entre minions e Gru que, como explicitado anteriormente e ao longo do trabalho, é uma relação de servidão, exploração e alienação que, por estar no plano estético, parte da vida e para ela volta, refletindo e refratando novas valorações. Tanto é possível de ser observado que vemos essa ressignificação no plano político, como designação de um perfil de eleitorado que, segundo um determinado grupo de sujeitos, vislumbra as atitudes dos minions como correlata às atitudes do eleitorado, em que é possível observar a alienação, a servidão e, até, a exploração na relação entre o eleitorado e o próprio político. Tal qual os minions, que competem entre si e desenvolvem, uns com os outros, uma espécie de competição e sadomasoquismo, assim também é concebido esse eleitorado, como veremos nas figuras a seguir, por se colocarem, às vezes, uns contra os outros, para ver quem consegue agradar mais o “vilão-político-malvado favorito”.

Partindo do primeiro momento fundamental da arquitetônica, temos o “eu-para-mim” que, segundo Bakhtin, é o que “[...] constitui o centro da origem do ato e da atividade de afirmação e de reconhecimento de cada valor, já que este é o ponto singular no qual eu responsabilmente participo no existir singular [...] somente do meu lugar eu posso e devo ser ativo” (BAKHTIN, 2010, p. 122-3). Assim, é a partir dessa concepção que pensamos nos minions como servos, como sujeitos que assumem e afirmam a posição que ocupam no mundo. No filme *Minions* (2015), vemos, então, a gênese desses sujeitos, o que nos possibilita ter a dimensão do que eles são, organismos unicelulares amarelos e, mais do que isso, qual é o seu objetivo de vida, o que os move e os fez permanecer em sociedade desde o período jurássico até os dias atuais, como nos diz o narrador: “Minions: os minions estão neste planeta há mais tempo do que nós. Eles atendem por muitos nomes, Dave, Carl, Paul [...]. Eles são diferentes, mas todos têm o mesmo objetivo: servir ao mestre mais perverso que puderem achar. Agradar o mestre era a razão de existência dessa tribo” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:01:46-00:02:24).

A voz do narrador em *off*⁵⁵, que conta a história dos minions em um tom de conto de fadas, com a estrutura do “era uma vez...”, já anuncia, desde o início do filme, a motivação de vida dos minions, o que é demonstrado e comprovado ao longo de todo o enunciado, de acordo com o desenvolvimento da narrativa. Ainda, é possível pensar na questão da coletividade e da individualidade, pois os minions são muitos, quase não-identificáveis, mas alguns se destacam e, como veremos, ganham um tratamento subjetivo, ao longo do filme, mais detalhado do que outros (ainda, o narrador destacou alguns nomes em sua fala, como Dave, Carl e Paul, contudo, eles não são desenvolvidos na narrativa). O que os caracteriza como minions é a questão da massividade, isto é, os atos de um sujeito são motivados pelo de um mesmo outro sujeito, de uma mesma condição de existência. Aqui, falamos de eu-para-mim, ou seja, como os minions se enxergam, como sujeitos servos, dedicando sua vida inteira a isso, sem que vislumbassem uma outra possibilidade, agindo de maneira única, em massa, atrás de um chefe, de maneira responsável por seus atos e se posicionando de acordo com o mundo que os envolve.

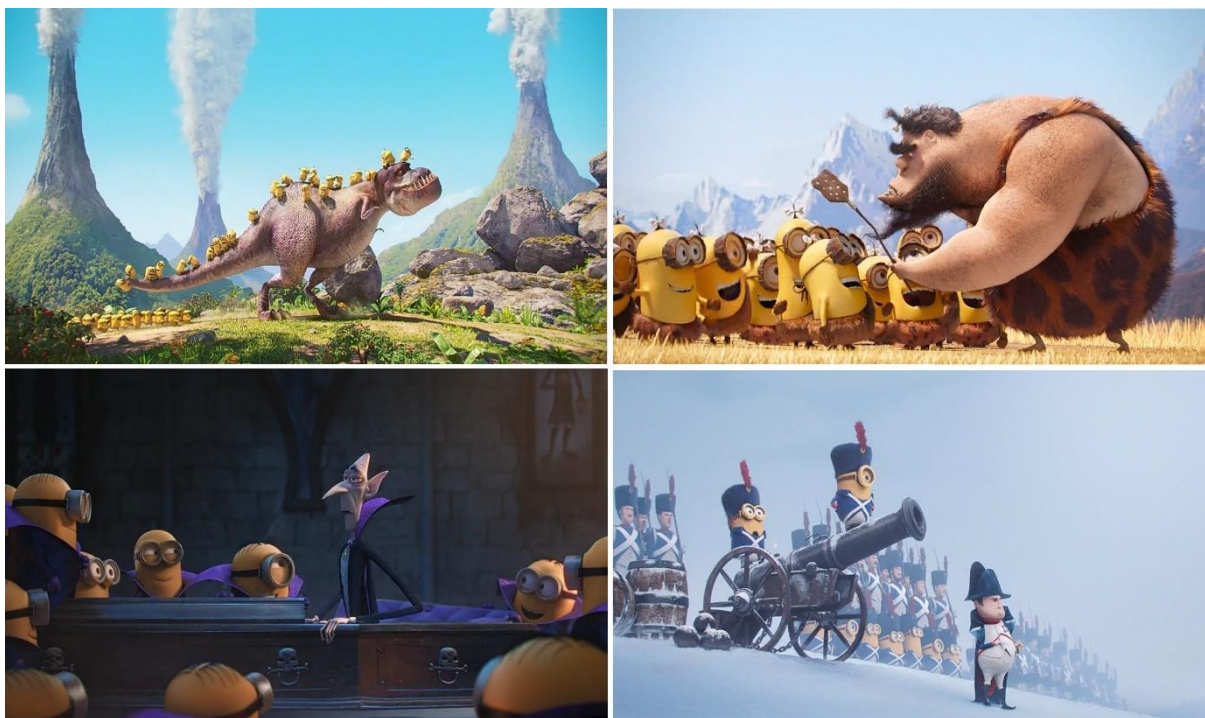
Embora falemos, aqui, do “eu-para-mim”, e essa pareça ser uma concepção singular e subjetiva, ela só é possível mediante a relação com o “outro”, pois o sujeito convive em um todo social organizado, de forma que ele se submete, de certa maneira, às situações exteriores a ele, e não o contrário, o exterior se ajustando ao interior individual de cada sujeito. Dessa forma, embora falemos de “eu”, o “outro”, mesmo que não diretamente, está presente, pois isso configura a alteridade bakhtiniana que, de certa forma, também revela a identidade dos sujeitos. Viver a partir de seu lugar único na existência não significa exclusão, solidão ou indiferença, ao contrário, é reconhecer o seu lugar no mundo e, por isso, responder ativamente a ele – lugar este que ninguém mais, além do “eu”, pode ocupar.

Na próxima imagem, temos a representação dos minions junto aos seus chefes, os mestres mais perversos que encontraram, ao longo da história, para servirem fielmente. A voz do narrador em *off*, ao longo dessas cenas, mostra qual é a motivação de vida dos minions: “Eles são diferentes, mas todos têm o mesmo objetivo: servir ao mestre mais perverso que puderem achar. Agradar o mestre era a razão de existência dessa tribo” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:02:03-00:02:24) – e isso se confirma ao passar das cenas entre minions e mestres, tal qual mostrado pelos fotogramas a seguir. Ou seja, o sujeito, enquanto “eu-para-mim”, no caso, os

⁵⁵ A voz em *off* é o registro sonoro que faz parte da cena, mas que não aparece no quadro/enquadramento quando o público a escuta, de forma que ela não sai da boca de um ator ou personagem, mas está presente como um recurso diegético. Disponível em: <<https://margofilmes.com.br/voz-over-voz-off-conheca-as-diferencas/>>. Acesso em: 29/03/2019.

minions, veem-se na obrigatoriedade de agradar esse mestre, seja em qual for a função a ser desempenhada, pois essa é a razão de existência deles – esse é o seu ato responsável no mundo:

Figura 29 - Minions e chefes

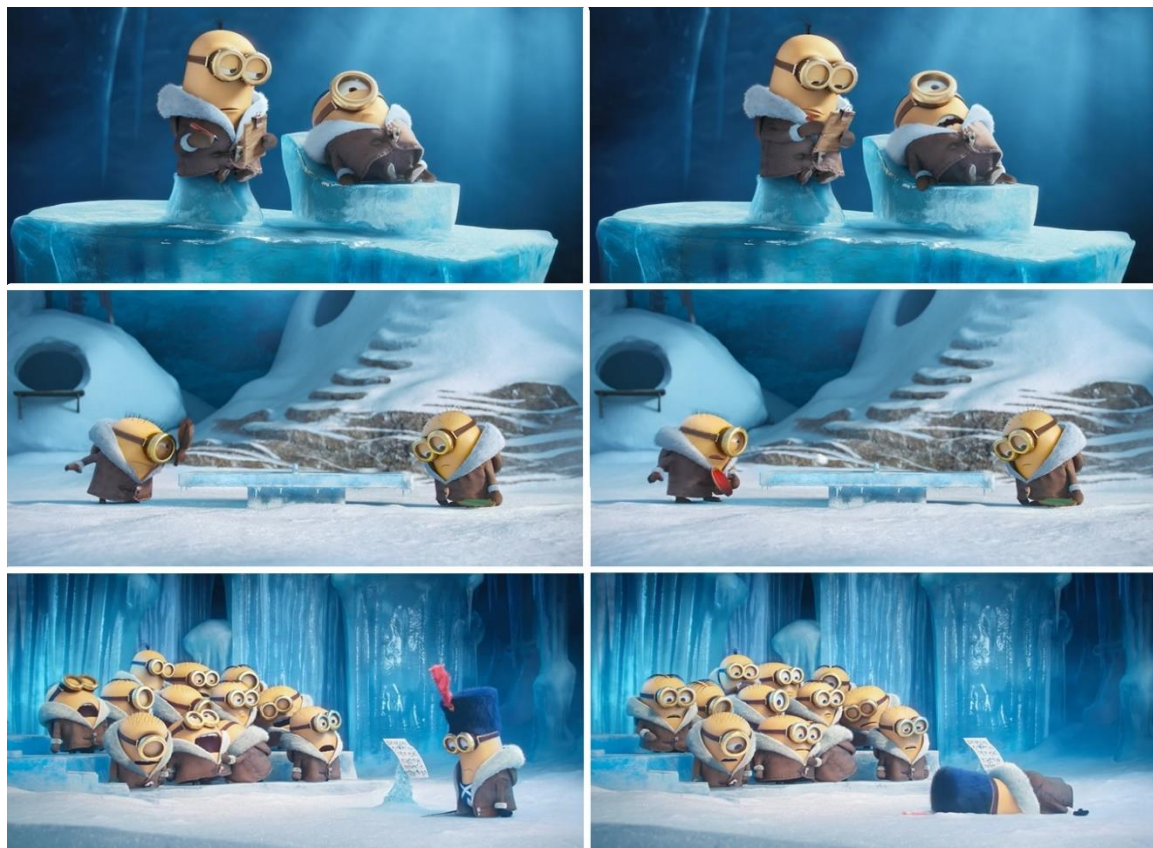


Fonte: *Minions* (2015)⁵⁶

A identidade é uma instância que perpassa pelo outro, porque o sujeito é “eu” em interação com “outro”. Ao se depararem com a situação de não ter um mestre a seguir, observamos como os minions se sentem em relação a eles mesmos, eu-para-mim, diante da ausência de uma servidão: “Eles se sentiam *vazios*, sem um mestre ficaram sem um objetivo e ficaram *desmotivados* e *deprimidos*. Se a situação perdurasse, os minions sucumbiriam (COFFIN; BALDA, 2015, 00:06:43-00:06:59 – grifos nossos). A voz do narrador em *off*, que conta a história dos minions ao longo de toda a narrativa, revela a forma com a qual esses sujeitos, enquanto eu-para-mim, lidam com uma aparente falta de propósito de vida: a ausência de um mestre, e, essa imagem, é construída enquanto passam cenas diferentes de diferentes minions lidando com a falta que um mestre lhes causa, cabisbaixos e depressivos, com expressão de lamentação:

⁵⁶ Fotogramas disponíveis em *Minions* (2015), 00:02:19, 00:03:58, 00:04:58 e 00:05:18, respectivamente.

Figura 30 - Minions vazios, desmotivados e deprimidos



Fonte: *Minions* (2015)⁵⁷

Nesse sentido, o sujeito, embora eu-para-mim, responde a um outro sujeito, estabelece, com ele, uma relação de interação para que, assim, possa se constituir como “eu-para-mim”. Desse ponto de vista é que pensamos na questão da responsabilidade, do sujeito que assume os seus atos, ocupa o seu lugar único na existência, que é só dele e ninguém mais pode vir a ocupá-lo. É assim que concebemos a singularidade por meio da coletividade. E é justamente o não-álibi do sujeito que o coloca em relação com esse outro, porque o outro é necessário para que o “eu” se afirme como tal, mesmo em sua singularidade que, aparentemente, o coloca no plano do individual. Nessa via de pensamento, Marques (2014) diz:

O eu é inacabado, incompleto e necessita indispensavelmente do outro para existir. O eu só se constitui quando vai ao encontro do outro em um processo de interação social. É um processo de alteridade onde o eu nunca é o mesmo e se mantém em constante mudança por meio da interação com o outro. Dessa forma, para Bakhtin, o sujeito se sustenta em um nós e não consigo mesmo. Em outras palavras é com base na convivência com outro que se constitui o ser humano (MARQUES, 2014, p. 33).

⁵⁷ Fotogramas disponíveis em *Minions* (2015): 00:06:38, 00:06:39, 00:06:47, 00:06:48, 00:06:56 e 00:06:58.

Assim, o eu-para-o-outro, um outro momento fundamental do sujeito, é como o agir desse eu se relaciona com o desse outro, criando a imagem que o “eu” tem de si para um “outro”, ou seja, quem ele vislumbra ser para esse outro por meio do seu agir na existência. Importante a concepção do “outro” porque ela é central nos estudos da filosofia da linguagem bakhtiniana como o ponto de constituição do “eu”, o sujeito só é para o outro, a partir do outro e pelo outro, de forma que cada “outro” constrói imagens diferentes e multifacetadas de um mesmo “eu”.

Como dito, os minions, além de seres unicelulares amarelos, têm uma única ambição de vida: a servidão. Por isso, ao pensarmos em um sujeito “eu-para-o-outro” que se coloca assim, como servo, em suas mais diferentes formas e como única condição de vida possível, é que buscamos a imagem desse “outro”, desse mestre a quem eles buscam servir. É justamente assim que os minions se concebem para o seu outro: como servos fiéis destinados a fazer de seu mestre o maior vilão de todos os tempos.

Durante a convenção de vilões, a Expo-Vilão, Kevin, Stuart e Bob, os minions que saem da sua tribo e vão em busca de um novo mestre a quem todos podem seguir fielmente se deparam com a vilã Scarlet Overkill, uma vilã-revelação que procura “ajudantes” para suas façanhas. Durante a sua apresentação, Scarlet diz: “Alguns de vocês já sonhou trabalhar para *a maior super-vilã de todos os tempos?*” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:28:52-00:29:00 – grifos nossos), levando o público à uma imediata excitação e delírio, inclusive Kevin, Bob e Stuart, que aplaudem, olham uns para os outros e comemoram, visto que aquilo era justamente o que eles estavam buscando: um vilão a quem eles e toda a tribo minions possam servir:

Figura 31 - Scarlet e minions na Expo-Vilão



Fonte: *Minions* (2015)⁵⁸

⁵⁸ Fotogramas disponíveis em *Minions* (2015): 00:28:52, 00:28:56, 00:29:00 e 00:29:01.

Como ocorre com as representações visuais dos minions e os seus mestres, a oposição entre superioridade e inferioridade é marcada na cena, os minions, por constituição física, são pequenos (o próprio nome sugere essa pequenez, mini-ons), e os mestres, mesmo quando não são expressivamente maiores do que eles, assim se apresentam na cena, seja pela presença de um palco (como a Scarlett), de armamento ou de outros elementos que os distingam. Somos colocados a ver Scarlett no mesmo plano dos minions, a câmera a focaliza na altura da visão dos minions, contudo, quando a câmera focaliza os minions, ou seja, inverte os olhares, vemos os minions de cima para baixo, o que revela a superioridade de quem os observa – no caso, Scarlett, em cima do palco, que vê a clara excitação dos minions, que pulam, vibram e gargalham em suas cadeiras diante de sua fala.

Scarlet prossegue: “Bem, e se eu dissesse a vocês que eu estou procurando novos *capangas*?” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:29:07-00:29:10 – grifos nossos). Diante de tal informação, Kevin, instigado pela notícia, se anima e também se vira para Stuart e Bob como forma de verificar se eles também entenderam o que a notícia poderia significar não só para eles, mas para todos os minions da tribo. Então, Scarlet completa: “Eu acredito que, em algum lugar por aí, tem um vilão com o *potencial* para servir à grandeza e pode ser *qualquer um de vocês*” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:29:15-00:29:24 – grifos nossos).

Essa fala de Scarlett, na visão dos minions, parece ser direcionada a eles, uma vez que tudo o que ela diz remete à situação vivenciada por eles, de modo que o sujeito eu-para-o-outro, ou seja, minions para Scarlet, colocam-se, mais uma vez, na condição de servidão e capangas, por meio de uma fala proferida por ela, que busca exatamente esse tipo de relação. Como é possível observar na figura a seguir, Kevin está “alucinado” pelo discurso de Scarlet, com Bob, em segundo plano, também boquiaberto. Contudo, a diferença entre os dois minions está na coloração de seus olhos, sendo que os olhos de Bob mantêm-se no mesmo tom, verde, e o de Kevin está avermelhado – a cor associada à paixão –, como se apaixonado por aquele discurso que o faz entrar em um transe de alucinação.

O discurso de Scarlet continua, mas, dessa vez, a fala está sendo imaginada por Kevin, como em uma fantasia, em que este se vê como a resposta dos questionamentos feitos anteriormente pela vilã: “É, mas eu não quero iludir ninguém. Os únicos capacitados para esse serviço são Kevin e seus minions, o triplo da maldade em um tamanho mini! Eu estou boba! Vamos aplaudir o Kevin, *ele salvou a tribo dele!*” (COFFIN; BALDA, 2015, 00:29:25-00:29:41 – grifos nossos):

Figura 32 - Alucinação de Kevin

Fonte: *Minions* (2015)⁵⁹

Diante dessa cena, observamos a imagem que Kevin tem de si em relação ao seu(s) outro(s), ou seja, o sujeito enquanto eu-para-o-outro. Nesse caso, o outro é não só Scarlett, como, também, os outros minions da tribo, como é possível observar pelo que é dito por Scarlett e imaginadas por Kevin, em que ele, junto com Stuart e Bob, podem ser os novos capangas da vilã, por terem o potencial e a capacidade desejados para o cargo, mas também pois, diante de tal fato, ele seria, assim, o “salvador” e herói de toda a sua tribo (que, como dito anteriormente, sucumbia com a ausência de um mestre a seguir). Essa é, portanto, a imagem criada por Kevin sobre quem ele é para os outros sujeitos com quem mantém relações de interação. Isso também é confirmado, na cena, por meio dos fotogramas em que Scarlett, de braços abertos, está com os minions à sua volta correndo em direção a Kevin para saudá-lo como herói da tribo.

Nessa concepção de sujeito “eu-para-o-outro” é importante ressaltar que a imagem que o “eu” tem de si mesmo, a partir da ótica do seu “outro”, nem sempre é verdadeira e fidedigna, isto porque, embora um precise do olhar exotópico do outro para a contemplação e completude de si mesmo, nem sempre os atos que o “eu” acredita tomar correspondem e chegam de tal maneira para esse “outro”, fazendo com que possa haver distorções de imagem e de atos quando pensamos nessas duas instâncias como sujeitos complexos e submetidos às mais diferentes interações. A esse fato, Faraco (2009, p. 86) diz que “[...] cada ser humano ocupa um lugar único e insubstituível, na medida em que cada um responde às suas condições objetivas de modo diferente de qualquer outro”. Por isso, o sujeito pode acreditar ser algo para seu outro,

⁵⁹ Fotograma disponível em *Minions* (2015): 00:29:24, 00:29:30, 00:29:31, 00:29:42, 00:29:44 e 00:29:45.

contudo isto não é realizável se pensamos em como as condições são singulares, tanto de produção quanto de recepção do ato.

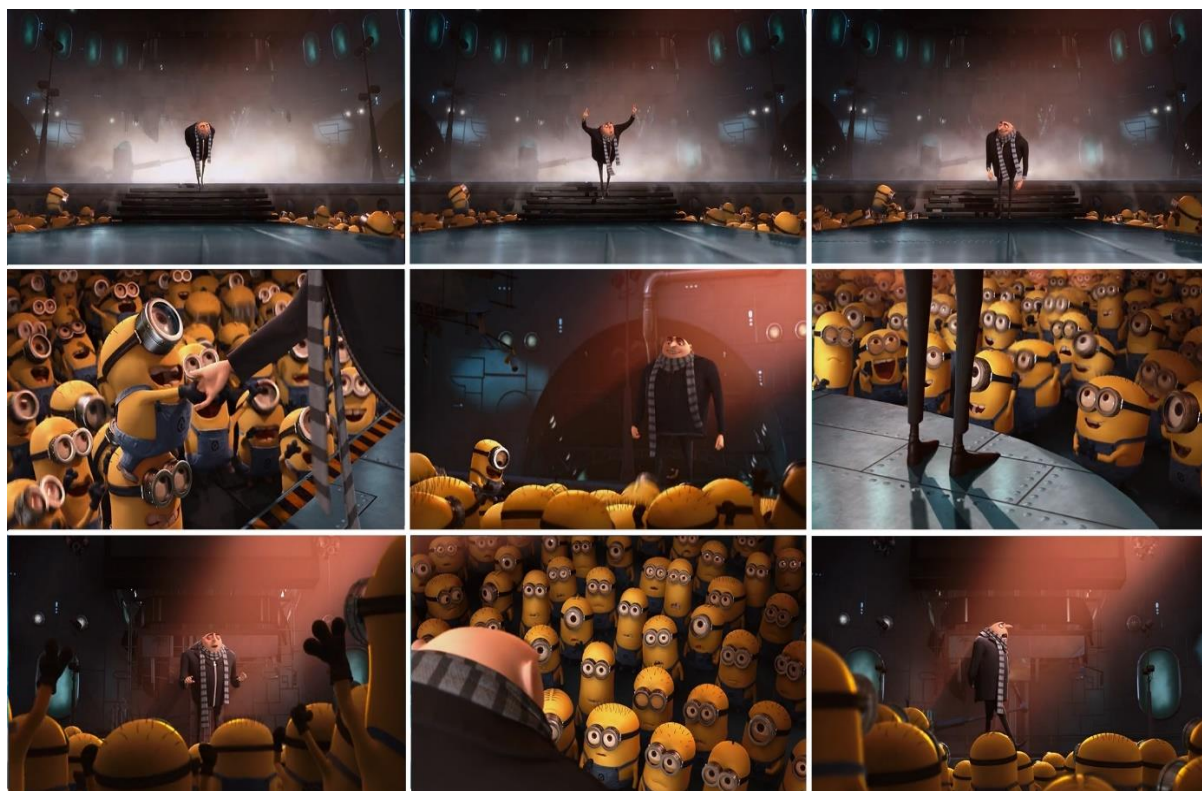
Ainda, pensamos em um outro momento fundamental da arquitetônica complexa do sujeito que é o “outro-para-mim”, ou seja, em como o sujeito (externo ou interno, a depender da ótica analisada, no caso, o sujeito Gru é externo para os minions, mas interno a si mesmo) se coloca diante de seus outros e, conseqüentemente, para si mesmo, uma vez que a imagem que os outros têm de si revelam como estes se colocam no mundo. Para tanto, pensamos nas relações dialógicas, nas trocas, no convívio e na interação que possibilita a criação de tal imagem de sujeito por um sujeito em relação ao outro. Segundo Marques (2014, p. 35), “[...] o ato de definir-se em relação ao outro é exatamente tomar consciência da importância dessa relação dialógica de completude por meio da palavra, do signo, ideológico, histórico e social. Em outras palavras, só podemos compreender a identidade na alteridade”. Nesse caso, pensamos na forma com a qual Gru, o malvado favorito, lida com os minions, em uma relação de servidão baseada na vilania, com um discurso aparentemente amigável, mas revestido, ainda, de diferenciações entre as posições sociais entre si.

Os minions, que se concebem como um grupo social destinado à servidão, enxergam, em Gru, a imagem do chefe a quem seguem fielmente e este se enxerga como um vilão cheio de subalternos, os minions, que mediante qualquer ordem o obedecem prontamente. Dessa forma, o Gru, enquanto “eu”, se aproveita de seus “outros” para se constituir como o vilão no topo da sociedade vilânica, isto é, sozinho ele não alcança tal façanha, mas com a ajuda (quase como um trabalho escravo) de seus minions, ele é capaz de feitos grandiosos e, sabendo disso, inclui os minions em seu discurso de super-vilania como forma de se constituir como “eu” incluindo o “outro”. Portanto, os feitos de Gru são todos colocados na voz da terceira pessoa do plural, o “nós”, como é possível observar em uma das cenas de *Meu Malvado Favorito* (2010): “*Nós tivemos um ano de muita produtividade e vocês estão bem na fita comigo [...]. O que fizemos, bem, nós roubamos a TV gigante do Times Square [...], roubamos a Estátua da Liberdade [...], e agora nós vamos roubar [...] a Lua!*” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:09:22-00:11:17 – grifos nossos).

Gru, como o vilão, malvado, chefe, é quem possui os meios de produção, de forma que ele está em posição privilegiada em relação aos minions, o que fica perceptível pela disposição desses dois grupos na cena, como demonstra a figura a seguir, enquanto Gru faz o discurso do “nós” como um time que realiza as mais diferentes e grandiosas façanhas. Dessa forma, Gru mantém uma relação com os minions que não é só de patrão-servo, mas de aparente amizade e companheirismo, pois se coloca, com o uso dos pronomes “nós” e dos verbos flexionados na

terceira pessoa do plural, como se estivesse no mesmo patamar dos minions, isto é, como se a parceria deles pudesse ser, de alguma forma, maior do que a relação patrão-servo. Contudo, não é isso que observamos quando há a clara distinção de quem dá as ordens e fornece os meios de produção (Gru) e quem obedece e tem a força de trabalho (minion).

Figura 33 - Superioridade e inferioridade entre Gru e minions



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶⁰

Entretanto, ao falar sobre o feito a ser realizado (ainda utilizando o pronome “nós”) e os resultados do feito já realizados, ou seja, ao falar sobre a fama e o poder que ficará da força de trabalhos dos minions, majoritariamente, Gru diz: “E, agora, *nós* vamos roubar [...] a Lua! [...] Quando a Lua for *minha*, o mundo *me* dará tudo o que *eu* exigir em troca, e *eu*, então, serei o maior vilão de todos os tempos! Essa animação que *me* põe para cima, *meus* minions!” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:11:10-00:11:40 – grifos nossos). Como é possível observar pela fala de Gru, o “nós” permanece como “nós” até certo ponto do trabalho e de seu resultado pois, a partir do momento em que a parte trabalhosa é cumprida, o “eu”, o “minha”, o “me” e o “meus”, enquanto pronomes relativos e possessivos ligados ao sujeito “eu” tomam conta da fala

⁶⁰ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:08:43, 00:08:44, 00:08:49, 00:08:50, 00:08:58, 00:08:59, 00:09:13 e 00:09:23.

de Gru, pois o propósito dele com os minions já foi realizado – logo, os minions são descartados da fala de Gru, pois não fazem parte da conquista em termos de recompensa, mas somente como mão de obra. Por isso os pronomes possessivos aparecem em primeira pessoa do singular – eu (“minhas” e “meus”).

Dessa forma, não podemos nos esquecer de como o sujeito “eu” é constituído, sim, por sujeitos “outros”, mas que tem, por sua vez, os seus atos responsáveis no agir da existência e devemos refletir, ainda, sobre como esses atos, portanto, se relacionam com esses outros sujeitos e em tudo o que envolve a existência, de maneira geral. Assim é que pensamos no não-álibi da existência e no sujeito que tem consciência de seus atos, seja como servo que busca, por uma vida inteira, a servidão, seja como mestre que manipula o seu discurso mediante a situação favorável a si mesmo, revelando as diferenças de grupos sociais. Nigris, acerca da noção eu-outro, diz:

A posição que cada um de nós ocupa no processo de constituição da cultura é singular e irrepetível. [...] Desse ponto único que ocupamos em nossas esferas de atividades, lançaremos um olhar e criaremos uma relação com o outro que nos faz face. Assim como a nossa visão e a relação com o outro serão constituídos a partir de nossos valores, também o meu outro terá um modo peculiar de se relacionar comigo (o outro-para-mim). [...] A relação *eu-outro* é, então, construída a partir das referências que temos e do lugar de onde enxergamos o nosso outro (NIGRIS, 2013, p. 202-3 – grifos da autora).

A autora prossegue refletindo acerca de como a posição única de um sujeito é o que o possibilita se relacionar com outros sujeitos em uma espécie de gradação, isto é, voltar-se mais ou menos para si mesmo ou mais para os outros (NIGRIS, 2013, p. 203), de modo que pensamos em que medida o “outro” está presente, compõe e altera a vivência do eu, mas sem deixar de lado a sua individualidade, pois essa interação só é possível a partir dessa vivência individual e mesmo vivendo a experiência do outro, ainda será feita a partir do “eu” e de sua vivência individual. Segundo Nigris (2013, p. 215), é por meio de uma posição única e valorada que o eu cria um movimento em direção ao seu outro, tornando-se, assim, o eu-para-o-outro, como vimos na situação em que os minions se enxergam diante de seus mestres e do Gru.

Quando esse “eu”, de certa maneira, afasta-se de seu outro e das valorações que o compõem, pensamos no eu-para-mim, como o caso dos minions consigo mesmo, embora só se enxerguem de tal modo, como servos, diante da imagem de um mestre a servir. Por fim, a imagem de outro-para-mim é como os minions se constituem para o Gru, por exemplo, como servos, embora tenha a tentativa, por parte do malvado favorito, em tornar o discurso laboral (e de exploração) em fraterno e amigável.

Como é possível observar, o sujeito não se constitui de maneira estanque e isolada, de modo que tudo em seu entorno contribui para a sua constituição. Ainda, ao pensarmos no sujeito “eu”, não podemos ignorar que o sujeito “outro” que estabelece diálogo com esse “eu”, visto que também é um centro de valorações, tal qual o primeiro, de forma que, também, configura uma arquitetura complexa e, assim, não é meramente um “outro”, mas a depender do ponto vista, é tão “eu” quanto o primeiro “eu”. Portanto, as relações de interação são sempre heterogêneas, e, assim, o sujeito vai se constituindo e assimilando diferentes vozes sociais, pois nem a realidade linguístico-social é homogênea, de forma que as vozes sociais também não poderiam ser, ao que Faraco diz, acerca do sujeito, ser ele um “[...] agitado balaio de vozes sociais [...]” (FARACO, 2009 p. 84) e é nesse sentido que o autor pontua:

É no interior do complexo caldo da heteroglossia e de sua dialogização que nasce e se constitui o sujeito. A realidade linguística se apresenta para ele primordialmente como um mundo de vozes sociais em múltiplas relações dialógicas – relações de aceitação e recusa, de convergência e divergência, de harmonia e de conflitos, de interseções e hibridizações (FARACO, 2009, p. 84)

Assim é que pontuamos a necessidade de olhar para o sujeito sob a ótica de seu(s) outro(s), pois são eles que nos revelam vozes sociais em embate interativo incessantemente, de forma que Faraco (2009, p. 86), baseado no Círculo de Bakhtin, afirma que o sujeito é social de ponta a ponta e também singular de ponta a ponta, sustentado pela ideia de que “[...] o universo socioideológico e o mundo interior não remetem a estruturas pesadamente monolíticas e centrípetas [...] mas a realidades infinitamente múltiplas e centrífugas” (FARACO, 2009, p. 87). Dessa forma, pensamos em minions e Gru e nas imagens construídas por esses sujeitos como reflexos e refrações de situações concretas da vida que geram matéria poética para a arte, isto é, as relações de vilania, servidão, obediência, entre outras, são observáveis, de uma outra forma, em diferentes esferas da sociedade, de modo a pensar em um sujeito que assim também se constitui, mediante diferentes vozes sociais que o constituem durante toda a sua existência, sem imaginar que elas sejam sempre as mesmas ou se mantenham em harmonia com outras vozes com as quais o sujeito entra em contato ao longo de suas relações.

3 A febre amarela minions: produções e produtos em diálogo com a contemporaneidade

Como defendido ao longo do estudo, acreditamos, com base na filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, que arte e vida estão de tal forma imbricadas de modo que não conseguimos conceber um desses campos sem que o outro também seja evocado. Isso porque a arte parte e tem seu nascimento na vida, contemplando, então, as mais diferentes matérias poéticas, fazendo significar em um outro plano, nesse caso, o estético, com elaboração formal e dado acabamento da linguagem, os temas que são provenientes da vida. Observamos isso nos mais diferentes enunciados que nos rodeiam, como romances canônicos e *best-sellers*, mas também em filmes de vanguarda e comerciais, como é o caso de nosso *corpus* que, junto a ele, nos trouxe e nos possibilitou pensar, mediante o cotejo, em diversos outros enunciados que constituem a realidade que nos cerca como forma de expressão e comunicação dos mais diferentes sujeitos.

Por isso, não pensamos nesses enunciados estéticos (filmes) apartados da vida, pois se voltam a ela como parte integrante de um grande diálogo, maior e anterior a eles mesmos, de forma que dificilmente seja possível ser dissociado. Olhamos, portanto, para os minions na arte e na vida, por concebermos que, embora sejam consideradas personagens animadas, possuam o seu solo social na vida, isto é, são reflexos e refrações de condições previamente existentes que embasam a sua criação de alguma forma. Assim, nosso objetivo de analisar os minions, enquanto uma “febre amarela” (um fenômeno (trans)midiático), é uma forma (in)direta de analisar uma condição específica da existência desses sujeitos na vida que se constituem, na arte, enquanto sujeitos de linguagem.

A questão da “febre amarela”, ainda, é vista a partir das ideias da cibercultura e do segundo dilúvio, isto é, como uma das formas de compreensão do contemporâneo e do que, hoje, são as relações em rede – e nos detemos, em específico, na questão dos bolsominions, por entendermos como uma das formas mais expressivas de circulação dos minions em nossa sociedade.

Justamente por pensarmos em sujeitos de linguagem é que utilizamos as concepções do Círculo de Bakhtin como norteadoras para as nossas reflexões acerca da “febre amarela ‘minions’”, de modo que as noções e os conceitos trabalhados no capítulo anterior, como linguagem, diálogo e enunciado, signo ideológico e sujeito, aparecem, agora, como base para a nossa análise dos filmes integrantes da franquia, portanto, enunciados verbivocovisuais. Enunciados, esses, que concretizam as diferentes dimensões da linguagem, além de outros enunciados que surgem pelo cotejo, como produtos de consumo da indústria cultural, físicos e

simbólicos, dentre outros, que nos ajudam a pensar, hoje, o que é o ser minions, configurando uma febre amarela que extrapola as telas de cinema e ganha novas configurações em outros tipos de telas, aumentando o consumo desse tipo de conteúdo elaborado para outros planos estéticos, mas que possui seu local de nascimento nas relações cotidianas da vida.

Para tanto, temos como fio condutor a ideia de trabalho presente nos filmes, pois ela nos revela algumas noções importantes acerca da constituição dos minions e Gru, sobretudo, na questão da alteridade/identidade, visto que uma se pauta na outra para, então, existir a ideia de eu-para-mim, eu-para-o-outro e o outro-para-mim (BAKHTIN, 2010). São essas ideias de sujeito(s) que nos permitem pensar não só a franquia de filmes, elencada como *corpus*, como também outros enunciados que surgem como respostas aos filmes, ainda que não previstas. Pensar e refletir esses outros enunciados, em cotejo, nos é importante para a compreensão subjetiva de grupos sociais que são contemporâneos aos minions (enquanto sujeitos de linguagem na obra estética) e tem a sua constituição como um reflexo e refração de atos de sujeitos reais, na vida. A relação de alteridade entre Gru e minions e as vozes sociais que ali se fazem presentes, quando trazidas para a vida, revelam formas de ser no social, inclusive, no contemporâneo.

Dessa forma, o capítulo se dividirá em três tópicos, sendo o primeiro, intitulado “3.1 Sujeitos em inter-ação: minions e Gru”, dedicado ao momento em que partiremos dos quatro filmes para analisarmos as formas com que os minions e o Gru interagem e, conseqüentemente, se constituem como sujeitos no mundo (na arte e, conseqüentemente, na vida). Depois, no tópico “3.2 Sujeitos e consumo: as produções e os produtos da indústria cultural”, observamos a forma com que os minions saem das telas de cinema e ganham as vitrines e as prateleiras das lojas, tornando-se um objeto de consumo rentável (pelos grandes produtores) e desejável (pelos consumidores). Por fim, no tópico “3.3 Sujeitos e mídia(s) e as construções de sentido(s) no virtual: de minions a bolsominions”, analisamos os minions em outro tipo de telas, como as de computadores, *tablets* e *smartphones*, propícia para a criação e a difusão do termo “bolsominions” como característico de um grupo específico e de um período (tempo-espço) específico: o eleitorado político brasileiro na eleição presidencial de 2018.

Essas concepções, mediadas e possibilitadas pelos diferentes tipos de telas, nos permitem, enfim, compreender como os minions se atualizam a cada novo uso em nossa sociedade, bem como compreender, também, a forma com que as relações são feitas atualmente, revelando sentidos outras que, não necessariamente, são os mesmos de alguns anos atrás, uma vez que a configuração dos sujeitos, enquanto participantes de determinados grupos sociais, também é outra. Como é possível observar, de antemão, a interação entre sujeitos, que é sempre

única e cada vez gera enunciados únicos, situados e, portanto, históricos, possui uma outra configuração, diferente da “original”, mas mantendo características que lhe são próprias, o que nos permite recuperá-las por meio do diálogo. Desse modo, buscamos mostrar como um tema sai de uma instância valorativa e é ressignificado para outra instância valorativa e, nela, gera novas formas de compreensão do que somos hoje enquanto sociedade – em relação a valorações acerca de trabalho, servidão e fidelidade, por exemplo.

3.1 Sujeitos em inter-ação: minions e Gru

A invenção do cinema está associada, segundo Leite (2003, p. 12) à uma vontade humana de reproduzir visualmente a realidade que está à sua volta, de forma que autores, como Marc Ferro, defendem que “todo filme é histórico”, independente do gênero cinematográfico. Por isso, observamos que um estudo acerca do filme de animação é uma possibilidade de compreender o mundo à nossa volta, se pensarmos como o autor citado, bem como se pensamos na teoria bakhtiniana, em que arte e vida estão imbricadas, sem que seja possível conceber algo que está na arte sem ter seu solo no social. Conforme tratamos em nosso primeiro capítulo, vimos que a história e desenvolvimento da animação teve um grande sucesso no momento em que as personagens animadas ganharam características e constituições subjetivas e humanizadas, o que atraía ainda mais o público para o consumo desse tipo de produto. Ou seja, a identificação também está associada ao sucesso de vendagem de um enunciado – e essa identificação está pautada, sobretudo, na similaridade, em se ver e se (re)conhecer no que é reproduzido pelas telas.

Dessa forma, observamos que não só o filme, enquanto produto, é ideológico, mas todo o processo cinematográfico de produção e circulação social, pois eles envolvem sujeitos e estes, por sua vez, estão socialmente organizados em situações concretas e repletas de valorações – que se fazem perceber em seus enunciados (no caso, suas obras, aqui entendidas como os filmes). Desse modo, a própria produção é repleta de ideologia, o estúdio de animação traz valorações que lhe são próprias, bem como o local de produção também é ideológico (Hollywood, enquanto indústria cinematográfica estadunidense), se pensamos no caso de nosso *corpus*.

Pensando no filme como a narração, a estética e a imagem (LEITE, 2003, p. 10), propomos a análise dos sujeitos como a possibilidade de compreender a ambientação da obra enquanto contextualizada em determinado momento sócio-histórico. Leite (2003, p. 15) defende que o filme é uma soma de técnicas e linguagens que resulta em uma versão da

realidade, sendo que o cinema não se limita a um simples entretenimento, mas é um meio de comunicação capaz de transmitir, massivamente, ideias, valores, ideologias, levando o público consumidor a construir, pensar e questionar a realidade que o cerca (LEITE, 2003, p. 33).

Pensar o sujeito bakhtiniano, isto é, de acordo com a filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin, é pensar, inevitavelmente, em alteridade. O outro, tão caro ao pensamento dos filósofos, é condição *sine qua non* para a existência de uma identidade, de um “eu” que se afirma como tal e existe, interage e se relaciona no/com o mundo que o cerca. Segundo Field, no *Manual do roteiro* (1995, p. 18), “O personagem é o fundamento essencial de seu roteiro. É o coração, alma e sistema nervoso de sua história [...]”, de modo que, por isso, nos propomos a analisar as questões tanto voltadas para a indústria cultural como para o cenário político brasileiro por meio dessas personagens, que entendemos, dentro do filme, logo, em uma obra estética, como sujeitos de linguagem. Mais do que personagens animadas ficcionais dentro de um filme, esses sujeitos, assim por nós entendidos, semiotizam relações sociais que são caras à vida, contudo, em um outro plano de elaboração formal da linguagem.

Arte e vida estão imbricadas de tal forma que não podemos pensar nessas duas realidades como isoladas, de modo que elas estão intimamente ligadas e a análise da construção das personagens, enquanto sujeitos, nos permite vislumbrar mais detalhadamente esses aspectos da vida que são levados para a arte. Interessa-nos pensar, também, na questão de como a animação, tida como um tipo de filme voltado ao público infantil, por isso, considerado como ingênuo e bobo, representa as questões humanas por meio de suas narrativas, como é o caso da complexa relação de trabalho entre os minions e Gru. Para Paula (2017b):

Com o tom de aparente insignificância, a animação, que, para os mais ingênuos e para os preconceituosos, passa despercebida por tratar de universos de sonhos, irrealis, fantasiosos, tem uma importância essencial exatamente pelo mesmo motivo: ao se voltar, aparentemente, a um mundo irreal, lida com questões essenciais como se fossem inofensivas e, dessa maneira, inculcam modelos e comportamentos sociais [...] (PAULA, 2017b, p. 308).

Sendo assim, as personagens dos filmes de animação dão forma à uma constituição de sujeito da vida e, mais do que isso, depois de serem consumidos, são modelos de comportamento a serem seguidos e, por isso, vendem tanto – a identificação com o que está em tela cria um nicho mercadológico desde tempos passados e se mantém assim até os dias atuais. Field (1995, p. 27) defende que cada personagem é um ponto de vista, uma maneira de olharmos o mundo, de forma que isso nos leva a pensar nas valorações que estão presentes nesta ou naquela personagem, por exemplo. Mais especificamente, pensamos nos minions como

expressão de um ponto de vista, assim como o Gru é outra expressão de ponto de vista – ambos estão relacionados com visões de mundo diferentes e representam vozes sociais em embate. Os minions são uma forma de olhar para o mundo a partir da classe trabalhadora (proletária) explorada e da servidão, ao passo que Gru é o ponto de vista da classe abastada (burguesa) exploradora e vilânica.

Por isso, partimos de dois centros valorativos interacionais que são os minions e o Gru., o que configura, desde o início de nosso estudo, o nosso objetivo de análise: a interação e constituição de alteridade entre eles, com vistas a compreender as vozes sociais sobre trabalho, chefe e trabalhador. Como já dissemos anteriormente, esses dois sujeitos são mutuamente complementares: os minions, desde a sua gênese, têm o espírito da servidão como uma característica intrínseca, inerente e constitutiva; Gru, por sua vez, tem a vilania como sua característica principal, que não seria possível exercer sem a ajuda de seres que o colocassem no topo da sociedade vilânica enquanto mão de obra. Disso, resulta o que compreendemos ser uma relação de explorados (minions) e explorador (Gru), sem que, necessariamente, a classe oprimida se aperceba desses processos, uma vez que estão preocupados, basicamente, em mostrar e competir, no serviço, para ver quem é mais servo do patrão malvado favorito – o que também é uma forma de servidão.

Prosseguindo, Field (1995, p. 28) revela que uma personagem é atitude, “[...] uma maneira de agir ou sentir que revela a opinião de uma pessoa”, o que nos permite pensar nos minions e Gru, portanto, como expressões máximas da classe à qual pertencem, pois suas atitudes são coerentes em relação ao meio do qual fazem parte, de modo que isso nos é revelado por meio da interação existente entre os sujeitos ao longo das cenas. Bakhtin, no artigo “Reformulação do livro sobre Dostoiévski” (2011d), fala sobre a questão do autor e da consciência em Dostoiévski, contudo, podemos expandir suas reflexões para além da obra literária citada, de modo que valida o nosso pensamento acerca do sujeito de acordo com o autor, que diz: “Eu tomo consciência de mim e me torno *eu* mesmo unicamente me revelando para o *outro*, através do *outro* e com o auxílio do *outro*” (BAKHTIN, 2011d, p. 341 – grifos nossos).

Dessa forma, podemos pensar na importância que o “outro” tem para o “eu” na concepção bakhtiniana, de forma que ao propormos a análise dos minions, não podemos deixar de olhar para o Gru, especificamente, pois as questões de classes estão marcadas nesses dois sujeitos que, ao longo dos filmes, pautam as suas relações na ideia de servidão e exploração – que estão presentes na noção de “trabalho”, de servos fiéis, materializadas na ideia de

“trabalhador”, de explorador e de malvado favorito e na ideia de “chefe” (conforme explicitado em nossos objetivos).

A questão da interação é de extrema importância, segundo Bakhtin, pois o autor aponta ser o pensamento de Dostoiévski, que via a impossibilidade da solidão no sujeito: “O próprio ser do homem (tanto interno quanto externo) é *convívio mais profundo*. Ser significa *conviver*” (BAKHTIN, 2011d, p. 341 – grifos do autor), aponta Bakhtin, por fim, como uma forma de pensar o sujeito não só para o “eu-para-o-outro” mas enquanto “eu-para-mim”, uma vez que o convívio interno, a maneira como o sujeito se enxerga e, conseqüentemente, se coloca no mundo, é tão importante como a forma com a qual ele se relaciona com outros sujeitos e assim se faz perceber.

Com esse convívio, podemos pensar nas mais diferentes formas de interação que os sujeitos estabelecem entre si, sejam elas virtuais, físicas, em realidade imediata ou não. O Círculo de Bakhtin pensa a interação como a condição propícia para o surgimento das identidades, isto é, reveladas pela alteridade, no contato entre o “eu” e o “outro”, suscitador das mais diferentes formas de expressão de um “eu” a partir do contato com o “outro”, sendo estes plurais, diferentes e únicos, por sua vez. Quando pensamos em “eu” e “outro” não devemos, contudo, privilegiar só um desses centros valorativos, de forma que tanto o “eu” quanto o “outro” são posições axiológicas responsivas e responsáveis por seus atos, ocupando um lugar único na existência que nenhum outro sujeito poderia ocupar. Portanto, quando pensamos em “eu”, o “outro” deve ser evocado com igual importância, pois a ele também cabe uma análise cuidadosa, pois é dele que provém o caráter de alteridade que perpassa a identidade do “eu” – ambos compreendidos como centros valorativos.

Nos filmes, pensamos na ambientação da própria obra, que prevê um convívio físico e de realidade imediata entre os sujeitos que configuram as personagens animadas para que, então, possamos refletir acerca dos sujeitos. Por isso, selecionamos os minions e Gru como os centros valorativos sobre o qual discorreremos na análise, justamente por serem eles os envolvidos diretamente na questão do trabalho-servidão-exploração. A escolha dos minions, em específico, se justifica por vermos, nessa figura, o que compreendemos ser a “febre amarela”, sucesso de vendas que estampou e divulgou a franquia e os produtos franqueados (mas não somente). Como é possível observar no enunciado, a figura diretamente ligada a esses sujeitos é Gru, pela questão da servidão e vilania, visto que os minions buscam, a qualquer custo, um vilão a quem dedicar os seus serviços. Encontramos eco em Bakhtin, nesse sentido, quando o autor afirma: “Ser significa ser para o outro e, através dele, para si” (BAKHTIN, 2011d, p. 341).

No enunciado, temos a clara configuração dos minions como sujeitos servis, trabalhadores dispostos a tudo pelo seu chefe. Seguindo a ordem de produção e lançamento dos filmes, primeiro somos apresentados à uma configuração já existente e estabelecida, em que os minions já são servos do Gru, atuando no seu laboratório, que fica na parte inferior e subterrânea da casa onde moram, conforme podemos observar em *Meu Malvado Favorito* (2010). Diferente do próprio Gru e de suas filhas adotivas, que têm um espaço específico destinado na casa para dormir, descansar, fazer suas refeições e necessidades específicas, os minions, não. Eles se acomodam (e vivem) no próprio laboratório onde trabalham, contudo, sem demonstrar nenhum tipo de desconforto com tal situação – em nenhuma cena dos filmes somos apresentados a ambientes específicos de descanso e lazer dos minions, como uma espécie de casa, a não ser no laboratório, onde todas as suas atividades cotidianas e laborais são desenvolvidas.

A própria caracterização física dos minions, em termos de vestimenta, demonstra a condição laboral e laboratorial, acima de qualquer outra característica que eles possam ter. São raras as ocasiões em que eles estão sem o macacão de operário (exceto em *Minions* (2015), antes de conhecerem e passarem a servir o Gru), de modo que, para eles, virou uma roupa comum, não mais uma roupa de trabalho e nas diferentes representações de respostas que os minions receberam e continuam a receber (falaremos disso mais adiante, em termos de produtos e produções), o macacão é algo normalizado, parte da sua constituição, por serem trabalhadores, logo, estão trajados com roupas próprias de trabalho e isso é tido como normal. O uso recorrente do macacão *jeans*, seja em situações em que estão no laboratório, seja em situações que não, coloca os minions como não conhecedores dos limites de até onde vai o seu trabalho (que deveria se limitar ao laboratório) e até onde ele não vai.

A cor do macacão, azul jeans, tem, segundo Eva Heller (2013), a conotação de fidelidade, enquanto efeito psicológico: “A fidelidade tem a ver com a distância, pois ela é posta à prova somente quando surge a oportunidade para a infidelidade” e prossegue: “Em inglês o azul está estreitamente associado à fidelidade: ‘true blue’ significa fidelidade inquestionável”, de modo que podemos ver, nas situações em que os minions aparecem trajados de tal forma, ou seja, em quase todas as cenas, como essa fidelidade está marcada, inclusive, na roupa, se pensamos no caráter ideológico que a cor azul tem culturalmente. Além da fidelidade marcada pelos seus atos, com suas vidas, até a forma com a qual se vestem sugerem esse efeito de sentido. Ainda sobre o macacão, este traz, no bolso central, um símbolo em formato da letra “G”, em referência a Gru, de modo que a fidelidade marca, inclusive, a quem eles são fiéis – e carregam no peito essa ideia. O visual de trabalhador é completo pelo uso das luvas, óculos e

sapatos. Em alguns casos, ainda, eles são representados com um capacete de operário, também com o símbolo em formato da letra “G”:

Figura 34 - Macacão de operário dos minions



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶¹

Figura 35 - Capacete de operário



Fonte: *Meu Malvado Favorito 2* (2013)⁶²

O macacão *jeans* e o capacete de operário confirmam, imageticamente falando, a servidão dos minions mediante o Gru. Podemos ver que eles trazem o símbolo de Gru, a letra “g”, tanto em seu peito (no bolso do macacão) quanto em sua cabeça (no capacete). Ainda sobre a questão da cor azul, dos macacões dos minions, que simbolizam a fidelidade, Eva Heller

⁶¹ Fotograma disponível em *Meu Malvado Favorito* (2010): 01:06:45.

⁶² Fotograma disponível em *Meu Malvado Favorito 2* (2013): 00:20:09.

(2013) diz que existem dois tipos de azul, o real – usado desde a antiguidade pelos nobres, por reis franceses e pela alta sociedade, e o operário, surgido do tingimento da lã e do linho com pastel que, segundo a autora, adquiriam uma cor turva e de aparência suja, por isso relacionada aos extratos inferiores e utilizada por servos e criados, dada a sua praticidade, “[...] pois o azul é a cor em que a sujeira menos se vê”. Ainda, a autora diz:

A indumentária de trabalho finalmente passou a ser mundialmente tingida com índigo. Os que em seu trabalho usam blusão, macacão ou avental azul, são chamados em alguns países de “homens azuis”, ou deles se diz que têm “profissões azuis”. Na América e na Inglaterra, os operários são chamados de *blue-collar workers* (trabalhadores de colarinho azul) em oposição aos *white-collar workers*, que usam camisa branca e gravata, ou seja, os de funções burocráticas.

[...]

Em 1850, o bávaro Levi-Strauss inventou os jeans como traje de trabalho para os mineradores de ouro e os *cowboys*. Naturalmente, foram tingidos com índigo. Seu nome provém de *bleu de Genes* (azul de Gênova), chamados assim pelos marinheiros genoveses que importavam o índigo. *Bleu de Genes* se americanizou para *blue jeans* (HELLER, 2013).

Ou seja, por meio desse resgate histórico feito por Heller, em *A psicologia das cores* (2013), podemos pensar em como o caráter ideológico está inscrito no signo e, esse caráter, tem relação com a história, com a cultura e a sociedade, se pensarmos que os minions, tais quais caracterizados fisicamente nos filmes, estão sempre trajados com macacões azuis de operários e que, ao longo da história, essa cor esteve ligada tanto à fidelidade mas, principalmente, ao trabalho, e não qualquer trabalho, mas o braçal, físico, de operário. Toda essa ideia e carga valorativa está presente no uniforme que os minions usam como roupa comum indistintamente, que confirmam, mais uma vez, a sua condição de existência.

Gru é o patrão dos minions, a quem eles servem fielmente, e isso pode ser visto não só pela dedicação que desempenham em ajudar o seu mestre a ser o maior e melhor vilão da história, mas porque eles “vestem a camisa da empresa”. Isso está marcado no macacão azul (de operário) que tem um símbolo em formato da letra “G” do nome de Gru, bem como no capacete, igualmente com o símbolo. A roupa é de operário, mas não qualquer operário, um operário que serve e se dedica a Gru, pois é isso que está expresso no símbolo em formato da letra “G” que os minions carregam no peito (emoção) e na cabeça (razão).

Ainda, como servos de Gru (nas mais diferentes concepções possíveis), eles são vistos, ao longo dos filmes, desempenhando os mais diferentes tipos de atividades na vida de Gru, não só as de funcionários do laboratório, que ajudam nos seus atos vilânicos. Field (1995, p. 29) diz que uma personagem é comportamento, o que ela faz é o que ela é. Os minions são servos, em

todos e mais variados sentidos. Eles cuidam das tarefas domésticas e das filhas adotivas de Gru (Margo, Edith e Agnes), animam as festas de aniversário, dentre outras coisas, e sem receberem o devido valor e reconhecimento pelos serviços prestados, seja de maneira simbólica, como forma de agradecimento, seja de maneira física, como um pagamento adequado em termos de capital financeiro, por exemplo.

Figura 36 - Minions em diferentes funções



Fonte: *Meu Malvado Favorito 2* (2013)⁶³

Como podemos observar nessa imagem, os dois fotogramas superiores mostram o momento da festa de aniversário da Agnes, a filha mais nova de Gru, em que os minions estão como animadores de festa, em uma cena eles protagonizam um duelo medieval, em outra, um truque de magia. Por meio dos signos visuais conseguimos compreender o ideológico por meio da materialidade, em que a representação dos trajes é característica de cada uma das funções desempenhadas e, assim, tornam os minions (comumente representados com o macacão de operário) figuras caricatas.

Nos dois fotogramas inferiores, dois minions desempenham tarefas domésticas, o que fica evidenciado, também, por meio de signos visuais, pelos trajes que o caracterizam. O minion da esquerda, que aspira o chão do *hall* de entrada da casa de Gru, usa uma roupa típica da representação de empregadas domésticas, sendo que o minion da direita usa uma bandana

⁶³ Fotogramas disponíveis em: 00:04:35, 00:05:34, 00:22:44 e 00:23:09, respectivamente.

amarrada na cabeça, o que também remete à faxina e limpeza, quando somadas ao balde, ao pano, ao produto de limpeza e ao espanador que ele traz ao lado do corpo.

Essas representações, embora nem sempre marcadas de maneira explícita como nos dois exemplos anteriores, perpassam a franquia de filmes como um todo, trazendo os minions como servos de Gru nos mais variados aspectos. Não só no laboratório é que eles desempenham funções laborais, mas também na vida de Gru como um todo – e, como já dito, não há, em nenhum momento, menção de que eles sejam remunerados ou gratificados por isso, o que nos remete, ainda, à ideia de exploração do trabalho em que o empregado, visando “agradar” o chefe, se submete a determinadas situações e condições de trabalho, como os minions empregados, babás e animadores de festa. Cabe ressaltar, ainda, que os minions, quando trocam seu uniforme azul, ainda assim, é para desempenharem alguma outra função de servidão para Gru. De certa forma, trocam um tipo de uniforme por outro.

Figura 37 - Minion pede aumento salarial



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶⁴

⁶⁴ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:09:32, 00:09:33 e 00:09:34.

A questão da remuneração dos serviços prestados pelos minions não é evidenciada, contudo, há um único momento, no desenrolar da narrativa, em que essa questão é abordada e nos revela muito sobre as vozes sociais que aí estão em embate, de patrão e de empregado, conforme os fotogramas da figura anterior. Quando Gru reúne todos os minions no laboratório para contar sobre o plano de roubo da Lua, ele começa dizendo: “Olá, meus amigos! Muito bem... quietos! Cala a boca!! Obrigado. Ok, eu acredito que vocês já saibam desse outro vilão que roubou pirâmides. Parece que ele só é importante. Todos estão chamando esse tipo de coisa de crime do século. E aí, eu tô chateado? Não! Um pouquinho... mas, nós tivemos um ano de muita produtividade e vocês estão bem na fita comigo!” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:08:57-00:09:30).

Podemos apontar, de início, na fala de Gru, o modo com o qual ele se volta para os minions que demonstra, dentre outras possibilidades, o desrespeito, pois com eles grita e os manda se calarem para que ele possa falar. Diante dessa fala, um dos minions se empolga, comemorando, em claro sinal de excitação (conforme figura a seguir), ao que Gru o interrompe e diz: “Que aumento o quê! Não vão ganhar aumento!” (00:09:30-00:09:34). Diante disso, podemos observar como a relação de ambos os grupos sociais é pautada: na desigualdade, em que os minions mal têm voz para reivindicarem seus direitos, pois como já dito, embora se configurem como servos, eles realizam trabalhos além da dedicação à vilania de Gru e não recebem, em termos financeiros, o devido retorno por isso.

Quando ousam questionar, a resposta imediata do patrão é um chacoalhar com as mãos e uma expressão de espanto, como se a ideia de aumento salarial fosse absurda. Por fim, diante de tal reação, o minion, cabisbaixo, se cala, e Gru continua falando de seus planos e objetivos pessoais – que, mesmo sem dar o merecido reconhecimento financeiro para os minions, sabe que deles depende e com eles pode contar e, mesmo que negue a eles a sua remuneração devida, os minions não deixam de ouvi-lo e apoiá-lo.

Paula (2019a, p. 40), diz que “O enunciado dialoga com as questões sociais, históricas e culturais, e adquire singularidade em função do seu lugar de existência”, ou seja, as relações de minions e Gru, pautadas no trabalho/servidão, não são abstrações, mas uma realidade social, histórica e cultural, pois dialoga, dentre tantas possibilidades, com o seu momento de produção. A realidade da desvalorização profissional é uma constante em nossa atualidade, em que os sujeitos se veem relacionados com condições sub-humanas, humilhantes e/ou precárias e, mesmo assim, por conta de desemprego e responsabilidades outras, se veem ainda atrelados à essas condições e trabalhos específicos, sem conseguirem ver uma forma de sair daquela situação para encontrar outra melhor ou mais digna. Tal qual a relação dos minions e Gru, o

capitalismo vê na opressão dos trabalhadores e na exploração de sua mão de obra o resultado para seu sucesso.

Embora um minion tenha reivindicado um direito que é de proveito para o grupo todo, eles se caracterizam, em sua essência, como servos e assim é que se configuram ao longo do desenvolvimento da narrativa. Ou seja, eles não se unem em uma coletividade para, juntos, lutarem por igualdade e melhorias dentro de sua própria classe, os minions. Ao contrário, seus atos vão em direção, cada vez mais, do sucesso de Gru, de modo que a coletividade se torna massividade – pois seus padrões comportamentais os igualam e os fazem agir em competitividade (entre si) e submissão (com o seu líder). Portanto, observamos o descompasso existente dentro de um próprio grupo social ao pensarmos nos minions e na atitude dicotômica entre o coletivo e o massivo que os acomete.

Como temos observado e apontado, os minions não se unem em coletividade, mas se colocam à disposição de Gru pela massividade. Isso leva, inclusive, à alienação dos próprios minions que, sem saber quem são (pois agem em massa) e do que são capazes (pois não se unem em coletividade), apoiam o discurso de Gru (o discurso típico de patrão voltado para lucros e conquistas pessoais) e não têm consciência da força que possuem enquanto um coletivo, por isso se tornam massa. Desse modo é que Gru consegue a servidão fiel, pois não há questionamento tampouco mudança de postura entre os minions em referência às demandas de Gru. O apagamento das individualidades é, portanto, um propósito que tem sucesso ao ser assumido pelos minions, mediante a falta de consciência de classe e explorado por Gru, mediante esse mesmo aspecto, pois, o patrão-chefe-vilão, ao se aperceber da ausência de coletividade entre seus súditos, encontra a situação favorável para que mantenha ainda mais a desunião entre o grupo, ao incentivar a competição entre eles que, cada vez mais, tornam-se alheios entre si e dentro da própria classe.

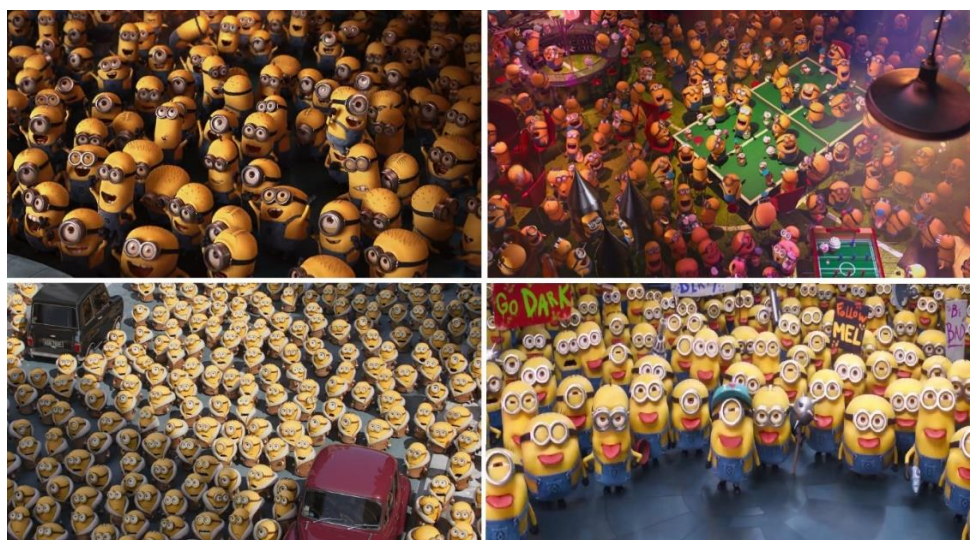
O comportamento massivo tira a individualidade de cada um de tal forma que nos referimos aos minions como minions, não a partir de um nome próprio que cada um possui (embora não conheçamos todos). Há casos em que alguns deles são nomeados (como Kevin, Bob e Stuart que protagonizam *Minions* (2015)), ou algum outros casos isolados, contudo, o que ocorre, no geral e ao longo dos filmes, é a transformação dos minions em uma grande massa, de forma que o comportamento é massivo, o pensamento é massivo e, assim, eles se configuram como reprodutores em razão igualdade comportamental que os identifica enquanto grupo social. A massificação, nos minions, está em consonância com Gru, que os massifica com os trabalhos e a vilania, que gera, por sua vez, competitividade e afastamento dentro do próprio grupo social. A ideologia do outro (Gru) passa a ser sua (minions), de maneira refratada, pois

continuam sendo minions e não se tornam chefes-vilões, assim é que observamos a falta de consciência de classe, que leva à alienação dos minions, ao massificar e robotizar os comportamentos (tanto dentro quanto fora das telas de cinema), pois assumem a voz do patrão e tornam-se alheios entre si.

Marx (2008 [1982], p. 80) diz que “o trabalhador se torna tanto mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção aumenta em poder e extensão”, o que nos remete tanto à cena anterior quanto à nossa contemporaneidade, pois pensamos nos minions e em Gru como sujeitos refletidos e refratados na sociedade. Podemos pensar nessa pobreza não só física, como falta de qualidade de trabalho e reajuste salarial e, ainda, na alienação que torna os trabalhadores-minions alheios à sua força enquanto grupo social de uma mesma classe à medida em que, cada vez mais, dedicam-se a Gru, para a expansão de sua riqueza – aqui, a sua vilania.

Esse é o solo fértil para Gru, enquanto patrão malvado favorito explorador, conquistar tudo o que almeja mediante uma mão de obra massiva, barata e, acima de tudo, engajada com os seus propósitos. Ter minions sem nomes, que não se articulam entre si e tampouco possuem articulação adequada na fala é a forma pela qual Gru consegue ter o controle da situação e se manter como um vilão malvado favorito por tanto tempo, pois mesmo diante das adversidades, os minions continuam à sua volta como uma grande massa amarela – mesmo para discordar dele:

Figura 38 - Minions em massa



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010), *Meu Malvado Favorito 2* (2013), *Minions* (2015) e *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁶⁵

⁶⁵ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:10:00, *Meu Malvado Favorito 2* (2013): 00:33:17, *Minions* (2015): 01:13:35 e *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:15:29.

Como visto na figura, os minions são muitos e sempre estão juntos, o caso em que eles estão separados ou em grupos menores são específicos, de modo que eles sempre estão, de alguma forma, trabalhando para o Gru, exceto em *Minions* (2015), quando eles ainda não conheciam Gru). A câmera, enquanto narrador, enfoca os minions como massa trabalhadora e, geralmente, os retrata de cima para baixo, isto é, com o mesmo olhar de superioridade que Gru os direciona, nesses casos, em um plano geral, para dar ideia de uma panorâmica da cena e conseguir captar a imensidão de minions. Desse modo, os minions são comumente representados em cena como inferiores, pois são vistos de cima para baixo não só por nós, mas por Gru e por outras personagens também. Podemos afirmar isso mediante a visualidade do enunciado sincrético que, pensado em termos de verbivocovisualidade da linguagem, nos permite olhar para a materialidade do enunciado e ver quais valorações ali estão vigentes, ou seja, se se confirmam, se reforçam, dentre outras possibilidades.

Há um discurso de inferioridade sobre os minions, a saber, são retratados como trabalhadores, servos, bobos e se comunicam quase que de maneira totalmente inarticulada e isso se explicita, na cena, quando olhamos para o modo como eles interagem tanto entre si quanto com o Gru. O exemplo anteriormente citado, da câmera que se distancia e os enfoca de cima para baixo, é uma forma de mostrar a imagem de minions que é construída ao longo dos filmes, e reforçada de igual maneira quando contemplada com vistas às materialidades sógnicas das ideologias.

Gru, por sua vez, nos é apresentado como um sujeito fixado pela ideia da vilania, em ser o maior e o melhor na sua categoria. Para tanto, ele precisa da ajuda dos minions – e sabe disso, pois seu laboratório, com exceção dele mesmo e do dr. Nefário, está repleto deles. Assim como os minions estão voltados para a servidão, Gru está para a vilania (que pressupõe a servidão dos minions). Essa constituição, embora aparentemente oposta, é o elo que os une e constitui a alteridade que revela a identidade de cada um desses sujeitos. O nome Gru, que tem o encontro consonantal de “gr”, sonoramente, sugere um rangido, um som áspero, um barulho desagradável. Tal característica, presente no nome, vai ao encontro das próprias características físicas e psicológicas da personagem animada enquanto sujeito que se coloca no mundo como ser vilânico, malvado e desprezível.

Figura 39 - Gru



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶⁶

No início de *Meu Malvado Favorito* (2010), um âncora de telejornal relata o desaparecimento de uma pirâmide no Egito: “Esta noite, no Egito, foi descoberto que a grande pirâmide de Gizé foi roubada e substituída por uma réplica inflável gigante. O pânico se espalhou pelo mundo e a população tenta proteger seus tão amados pontos turísticos. As autoridades ainda não têm pistas e todos se perguntam: Que *vilão* seria o responsável por esse *crime hediondo* e onde ele atacará a seguir?” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:02:58-00:00:03:21 – grifos nossos). Logo em seguida, como em forma de resposta à pergunta feita pelo âncora, aparece Gru, no centro da cena, em primeiro plano, conforme figura anterior.

Esse tipo de plano é utilizado para uma função mais emocional, privilegiando o que é transmitido pela expressão facial da personagem no filme. No filme, Gru aparece com um sorriso e um olhar desprezioso, o que causa contradição (até o momento, pois adiante a personagem se revelará enquanto sujeito) com a fala anterior do âncora, sugerindo um vilão terrível e capaz de crimes absurdos.

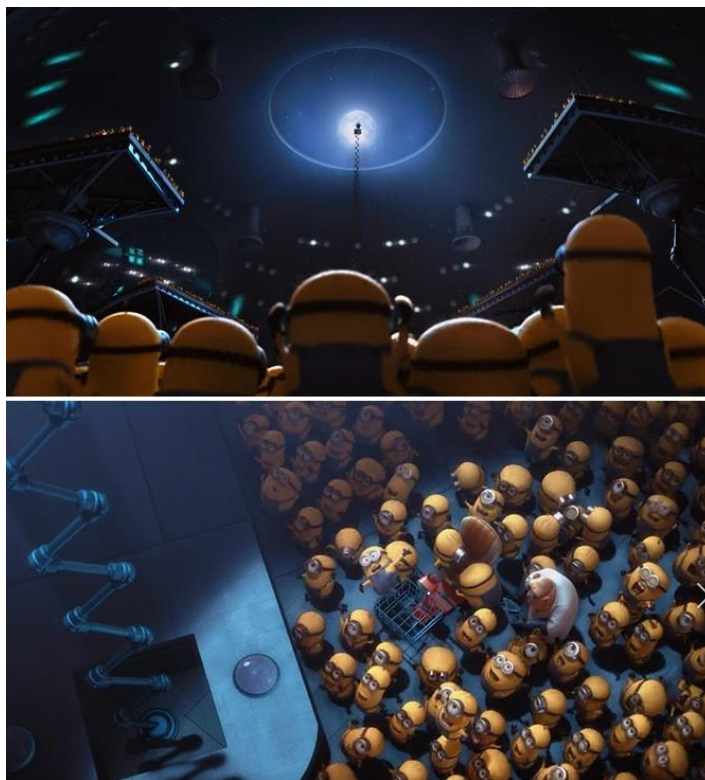
Gru, enquanto malvado favorito, se utiliza de todos os outros sujeitos que estão ao seu redor, não só os minions. As meninas, Margo, Edith e Agnes, até então órfãs, são usadas como parte de seu plano para ultrapassar Vector nos feitos vilânicos, em *Meu Malvado Favorito* (2010). Observamos, então, que o sujeito se constitui de tal forma com todos os outros que estão a sua volta, como uma condição típica de existência. Ele se aproveita de seus outros, sem necessariamente se preocupar com eles – em específico, dos minions e do dr. Nefário, que são seus empregados dentro do laboratório.

⁶⁶ Fotograma disponível em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:03:22

Somos apresentados à condição de trabalho – que pauta as relações de minions e Gru – em *Meu Malvado Favorito* (2010), no momento em que dr. Nefário avisa Gru sobre o roubo da pirâmide de Gizé: “Eu sei como você está se sentindo, eu também estou bastante desapontado mas, para mim, você sempre será um dos melhores [...], não se fala de outra coisa, alguém roubou uma pirâmide. Estão dizendo que o sujeito deixou todos os outros vilões no... chinelo” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:06:51-00:07:13). Nesse momento, percebemos a valoração dada à vilania, cargo almejado socialmente por Gru. A vilania é, enquanto signo ideológico, algo almejado por Gru e que, ao longo da narrativa, será ressignificado, uma vez que passará a ter outros sentidos, tanto para si mesmo como para os outros sujeitos.

Contudo, ainda na ambientação do filme de 2010, não basta ele ser “um dos melhores”, como dr. Nefário o disse, pois ele já foi deixado, como todos os outros vilões, no chinelo (também como disse o dr. Nefário). Ser “deixado no chinelo” soa, para Gru, como uma ofensa, por isso, ao se dar conta de que está perdendo o seu posto, a sua primeira reação é dizer, com um tom imperativo, mais duro do que estava utilizando antes em cena: “Reúna os minions!” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:07:14), pois é a sua mão de obra que será capaz de reverter tal situação e torná-lo um grande vilão novamente (como vimos anteriormente). Por isso dizemos e reforçamos o caráter interativo das relações entre minions e Gru, pois isso os constitui enquanto sujeitos – Gru deseja ser o maior e o melhor e, para isso, ele sabe que precisa dos minions, por isso manda que eles sejam reunidos.

Servir, para os minions, é uma questão de sobrevivência – não pelo retorno financeiro, mas por questão de condição de existência. Para Gru, ter quem o sirva também é questão de sobrevivência, pois ele possui uma equipe que está pronta a servi-lo com apenas uma ordem (“reúna os minions!”). Após fazer o anúncio de que roubaria a Lua, podemos ver, mais uma vez, em cena, a relação de superioridade e inferioridade instaurada entre minions e Gru: ele precisa da ajuda, da mão de obra dos minions, para que consiga realizar tal feito, contudo, ele é a figura de destaque e de prestígio durante esse anúncio, pois ele não é só o chefe, mas ele é quem levará os créditos pelo trabalho conjunto da equipe (minions, dr. Nefário e Gru). Prosseguindo, ele diz: “O mundo me dará tudo o que eu exigir em troca. E eu, então serei, o maior vilão de todos os tempos!” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:11:26-00:11:27).

Figura 40 - Superioridade e inferioridade

Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶⁷

Mais uma vez, embora o trabalho seja realizado, em termos de força e mão da obra, pelos minions (e pelo dr. Nefário), Gru é quem terá o reconhecimento. O pronome utilizado por ele, primeira pessoa do singular, “eu”, refere-se a uma recompensa individual e também egoísta, embora o trabalho seja coletivo. Na cena anterior, dos minions, aos seus pés, junto ao dr. Nefário, nos mostra como o Gru se coloca tanto verbalmente quanto visualmente em posição de superioridade e temos, então, uma hierarquia instaurada. Ele conclui a sua fala: “Essa animação é o que me põe para cima, meus minions!” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:11:41-00:11:42) com um tom de voz animado e confiante e podemos observar, quando associamos o verbal ao visual, que os minions não o coloca para cima só em termos de espírito, animação e alegria, de maneira figurada – mas também por meio do seu trabalho: os minions trabalharem no laboratório é o que permite que Gru chegue no topo da sociedade vilânica e que seja o maior vilão de todos os tempos. A animação dos minions coloca Gru para cima, marcado na fala e também na figura, pois confirmado pelo visual, quem ocupa o topo, sozinho, é Gru, enquanto os minions (e também o dr. Nefário), ocupam a base do sistema vilânico de Gru.

⁶⁷ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:11:25 e 00:11:34.

Ao mesmo tempo em que Gru diz que é a animação dos minions que o coloca para cima, o que vemos, em cena, a partir do movimento *contra-plongée* da câmera (fotograma superior), no centro da cena, quase imperceptível, sendo que, abaixo, estão os minions, vibrando em nome do seu chefe e temos tanto a perspectiva dos minions (olhando de baixo para cima) quanto a de Gru (olhando de cima para baixo). Essas tomadas de perspectiva, feitas pela câmera, marcam, ao longo da narrativa, as posições sociais que minions e Gru ocupam, de inferioridade e superioridade, respectivamente.

O sujeito é sujeito de linguagem pois por ela é constituído e, assim, é constituído por meio das relações com outros sujeitos, dialogicamente – em embate. Por isso reforçamos a relação entre Gru e minions, em específico, e não com outras personagens do filme (ainda que elas existam), pois é nessa relação que vemos a questão das valorações sobre trabalho, patrão e empregado. Como é possível observar, a questão do trabalho pauta a dinâmica entre Gru e minions, sendo que para esse grupo, enquanto mão de obra, trabalhar para o Gru é servi-lo fielmente, como condição de existência assim por eles desejada. A relação do “eu” é dada com o “outro”, contudo, isso não significa fusão entre “um” e “outro”, mas que ambos precisam estar em contato para a constituição, de forma que podemos ter três instâncias de sujeito, de acordo com Bakhtin (2010), o eu-para-mim, eu-para-o-outro e o outro-para-mim.

Nessa relação entre minions e Gru, o modo pelo qual Gru enxerga os minions, ou seja, pensando no outro-para-mim, é com base na vilania e na servidão, pois isso é o que os minions representam para Gru (e o que, de acordo com os minions, o Gru representa para eles também, enquanto eu-para-o-outro). E, como já dissemos, os minions se sentem úteis em servir Gru das mais variadas formas, de modo que não há limites entre o trabalho formal (ajudar na vilania de Gru) e outros tipos de trabalhos não-remunerados.

Por ser condição de existência, os minions, recorrentemente, se colocam à disposição de Gru, em uma constituição de servos nítida em que o outro-para-mim é um mestre supremo que deve ser atendido prontamente, bem como o eu-para-outro, o que nos remete, também, à forma que Gru lida com os minions. Não há, dessa forma, uma coincidência absoluta entre as diferentes instâncias valorativas, contudo, é possível que entre o eu-para-mim, o outro-para-mim e eu-para-o-outro haja relações, se pensamos em uma mesma relação. Isso porque minions e Gru estão submetidos, embora de maneiras diferentes, ao trabalho, em que, de um lado, temos quem ordena e, do outro, quem obedece às ordens. Desse modo, as imagens de eu-para-mim de quem é servo (minions) está relacionada com a imagem de outro-para-mim de quem ordena (Gru), por exemplo. Por isso, de acordo com a teoria bakhtiniana, devemos compreender tanto

o “eu” quanto o “outro” com igual importância, pois é na alteridade que esses sujeitos se revelam e se constituem.

Marx (2008 [1982], p. 81 – grifos do autor) diz que: “[...] quanto mais o trabalhador se desgasta trabalhando (*ausarbeits*), tanto mais poderoso se torna o mundo objetivo, alheio (*fremd*) que ele cria diante de si, tanto mais pobre se torna ele mesmo, seu mundo interior, [e] tanto menos [o trabalhador] pertence a si próprio”. Esse não-pertencimento a si mesmo, visto nos minions, é decorrente da forma pela qual eles se dedicam inteiramente a Gru pois, como vimos no exemplo anterior, Gru está em posição de superioridade porque há, abaixo de seus pés (tanto figurativamente quanto demonstrado na cena pelas posições de câmera) uma multidão de minions que o mantêm assim. O desgaste (não reconhecido) dos minions em forma de trabalho é o que faz de Gru o chefe malvado favorito que tem, na força de trabalho deles, um mundo de reconhecimento e fama que, cada vez mais, é alheio aos próprios minions que foram a mão de obra para a existência desse mundo, mas que dele não desfrutam. Assim se dá a configuração entre minions e Gru, sem que a classe trabalhadora se aperceba da forma como é explorada, criando, cada vez mais, um mundo alheio para si mesmo em decorrência de um mundo de possibilidades para seu chefe-patrão.

Figura 41 - Minions respondem prontamente a Gru



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶⁸

⁶⁸ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:37:57, 00:37:58, 00:37:9, 00:38:00.

Na cena, as filhas adotivas de Gru entram no laboratório (local proibido para elas) e o brinquedo de Agnes, a criança mais nova, é danificado por uma espécie de arma química, de modo que ela começa a chorar e causar um transtorno, na visão de Gru, ao que ele diz, com um tom de voz alterado, bravo pela situação ter saído do controle: “Tá bom, tá bom, *eu* conserto” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:37:55-00:37:58 – grifo nosso) para que Agnes pare de chorar. Enfatizamos o uso do pronome “eu”, primeira pessoa do singular, que coloca Gru como o solucionador de um problema que é de sua responsabilidade. Contudo, logo em seguida, pega um rádio comunicador e diz o nome de três minions, Tim, Max e Phil, que descem para atender ao seu chamado prontamente.

Entretanto, ao chamar os minions, Gru passa a tarefa (diga-se, a sua responsabilidade) de resolver a situação de sua filha adiante, de modo que, como já dissemos, tem, nos minions, a figura de servos para todos os aspectos de sua vida, não só no trabalho laboratorial. Desse modo, ele ordena: “Isso é muito importante. *Vocês* têm que conseguir um unicórnio novo de brinquedo para a menina” (COFFIN; RENAUD, 2010, 2010, 00:38:05-00:38:07 – grifo nosso). Ao dizer “vocês têm que conseguir”, as escolhas lexicais de Gru colocam a responsabilidade da situação nos minions, não mais sobre ele mesmo, que é o pai de Agnes e para ela prometeu resolver a situação. O uso do verbo “ter” gera uma situação de obrigatoriedade da parte dos minions em relação a Gru, não de um pedido de favor ou ajuda, ou seja, Gru coloca os minions, em todos os momentos, em todas as situações, como servos – e os explora até o último por isso.

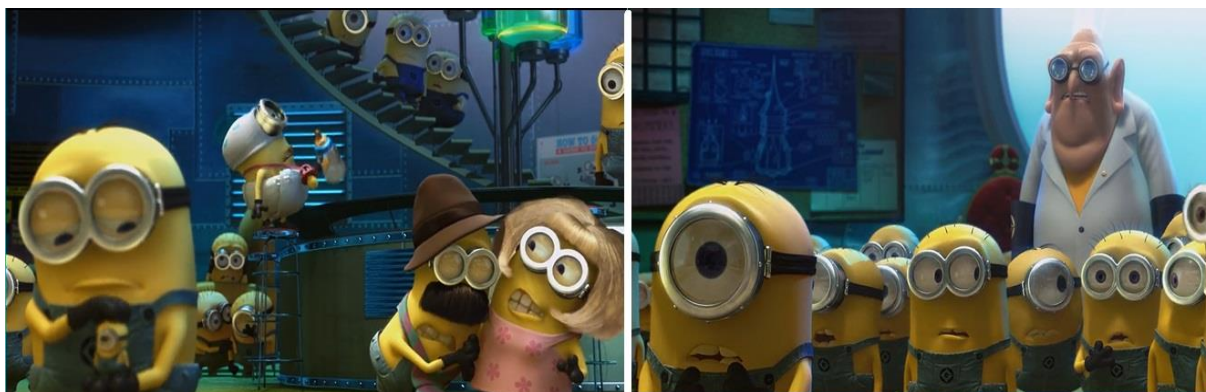
Entretanto, os minions não se apercebem dessa situação de exploração e continuam a ver em Gru o malvado favorito, não o patrão explorador, de modo que aceitam e prontamente atendem à situação exigida e criada por Gru. O que eles querem – e vão dar o que possuem e o que não possuem para manter essa situação – é a de servir Gru enquanto mestre mais perverso. Gru não é só perverso com os seus inimigos, outros vilões que tomam o topo mais alto da sociedade vilânica, mas também com os próprios minions ao tratá-los dessa forma. A vilania, tanto quanto a servidão a um vilão, move os minions.

Há uma cena em que Gru anuncia para os minions que o roubo da Lua, por ele preparado como uma forma de se tornar o maior vilão de todos os tempos, não poderá acontecer, pois o banco dos vilões não liberou nem liberará recurso financeiro para o seu projeto, uma vez que há outros vilões se destacando. Na fala de Gru, podemos observar o uso do pronome “nós” como uma forma de aproximação da situação vivenciada, que não é triste só para Gru, mas também para os minions: “Olha, eu sei que andam dizendo por aí que o que rola é que o banco não está mais nos financiando. Bem, eu estou aqui para acabar com esses boatos: é tudo verdade. Em relação ao dinheiro: *não temos* dinheiro, então como *vamos* chegar à lua? A resposta é

simples: *não vamos. Estamos arruinados*. Eu sugiro a vocês todos que procurem outro emprego. Eu sei, eu inclusive já preparei o meu currículo e sugiro que todos vocês façam o mesmo” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:57:03-00:57:53 – grifos nossos).

Ressaltamos, também, a contradição na fala de Gru, ao pensarmos na fala anterior dele, sobre a qual já discutimos aqui, fala essa em que ele almeja conquistar a lua e diz precisar da ajuda dos minions, mas coloca todos os créditos e méritos em si mesmo, principalmente ao dizer que ele será o maior vilão de todos ao tempos. Agora, em posição de humildade, após receber más notícias acerca do financiamento de sua missão, ele volta a direcionar sua fala com o pronome “nós”, não mais em tom de superioridade, mas de igualdade, em que, independentemente de ser chefe ou trabalhador, todos estão na mesma condição.

Figura 42 - Minions tristes



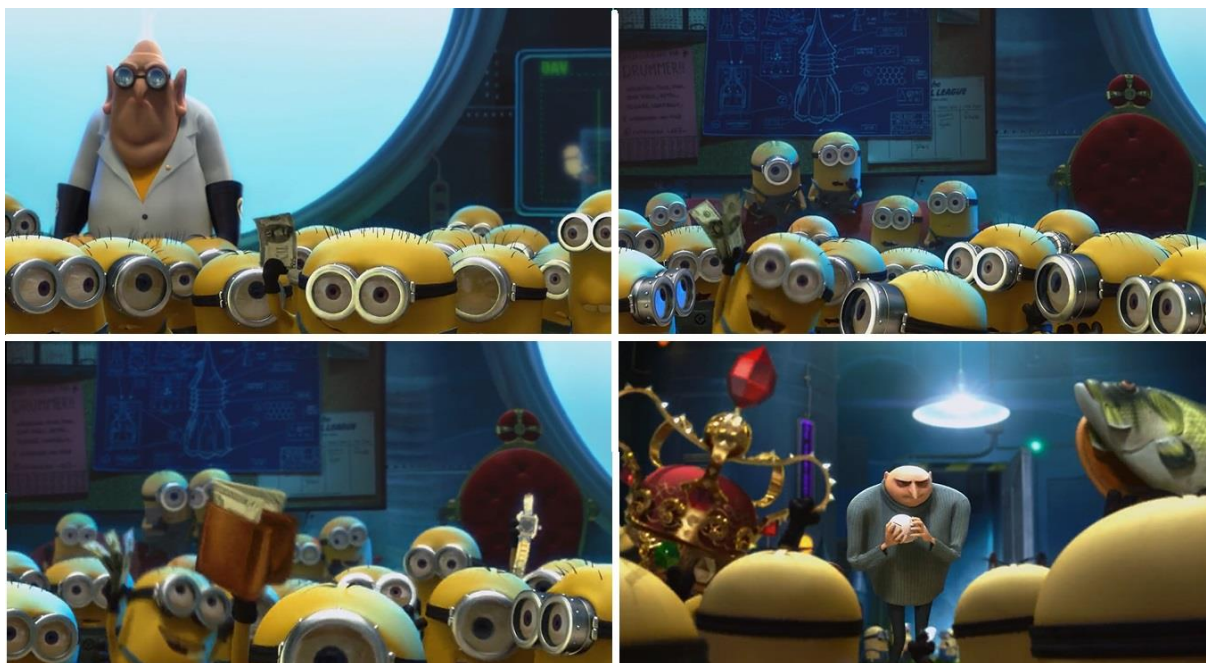
Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁶⁹

Como podemos observar, enquanto Gru faz o seu discurso sobre a falta de apoio financeiro do banco, junto da notícia de que os minions devem procurar outro emprego, pois ele não tem como pagá-los, podemos observar como, visualmente, os minions se entristecem e suas expressões faciais vão desde desespero até espanto. Gru, ao fazer todo o discurso em utilizando “nós”, por meio dos verbos flexionados na terceira pessoa do plural, bem como por orientar que os minions procurem outro emprego, assim como ele próprio também fará (o uso do advérbio “inclusive”, na fala, demonstra, também, a igualdade do desemprego entre minions e Gru), gera a comoção da qual ele, mesmo que não esperasse, se beneficiará. Em um gesto de solidariedade e desespero (pois não querem se ver longe do patrão – explorador – e da vilania), os minions (a exemplo de Agnes, a filha de Gru que entregou seu cofrinho a ele), começam a

⁶⁹ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010): 00:57:35 e 00:57:44.

tirar de seus bolsos as suas economias e o que mais possuem de valor material para que, assim, Gru possa ter o recurso financeiro que o banco não lhe concedeu.

Figura 43 - Minions dão o que têm para Gru



Fonte: *Meu Malvado Favorito* (2010)⁷⁰

Na cena, alguns levantam cédulas de dinheiro, relógios, carteiras, coroa de ouro, dentre tantos objetos de valor (tanto financeiro quanto emocional) e levam até Gru, em um movimento em que também somos levados, juntos aos minions, a entregar o que temos para que esse patrão continue sendo patrão, pelo modo como a câmera se movimenta e somos colocados no mesmo plano dos minions. Já com tom de voz confiante, depois da demonstração de fidelidade dos minions, Gru diz: “É, nós construiremos nosso próprio foguete usando isso e o que mais encontrarmos” (COFFIN; RENAUD, 2010, 00:58:32-00:58:38). A retomada de ânimo de Gru nos coloca uma questão importante em relação à forma com a qual os minions se portam diante de Gru como problemática – e também atual, ao aproximarmos para a questão da vida, ao pensar a arte como sua semiose.

Os minions não pensam duas vezes antes de levantarem seus objetos pessoais de valor para darem a Gru, não questionam a forma como a situação será resolvida, mas eles próprios ajudam a resolvê-la. Gru foi e continua sendo explorador, se negou a aumentar o salário dos

⁷⁰ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito* (2010), respectivamente: 00:58:22, 00:58:23, 00:58:25 e 00:58:29.

minions, não os remunera pelas atividades extra-laboratoriais que eles desempenham e tudo isso não é visto como um problema pelos minions, pois assim que Gru precisa de ajuda, eles se colocam à disposição para servi-lo mais uma vez, com tudo o que têm e não têm. Ao pensarmos na questão da arte e vida, podemos compreender tal situação não como exatamente igual, mas é possível observarmos as vozes sociais de patrão/chefe e de empregado/trabalhador ali materializadas por meio dessa cena. Melo (2017) diz, acerca das vozes sociais:

Alguém poderia se perguntar sobre o fato de as vozes sociais terem ou não sujeito: ora, se a vozes sociais constituem discursivamente o sujeito, ela não é dotada de um, mas o constitui. Em parte, esse questionamento está correto. É certo que as vozes sociais participam da constituição socioideológica do sujeito, mas isso não impede que ela tenha sujeito. Afinal, não ter sujeito não é uma condição para a voz social exercer seu papel de constituinte da subjetividade. [...]

Dizer que as vozes têm sujeito significa que elas não brotaram da natureza, não foram sopradas pelos deuses ou coisa que o valha. Quando defendemos isso, temos em mente que elas foram, são e continuam sendo produzidas, construídas, pelas sociedades humanas e, mais, por indivíduos concretos, situados sócio-historicamente; aparecem como um produto-processo instável-estável, axiologicamente investido, e como componentes de um todo plurilíngue. Como se dão por meio de signos ideológicos e enunciados concretos em situações reais de interação verbal e como os signos ideológicos e os enunciados concretos existem entre seres humanos organizados socialmente, elas têm um vínculo estreito com a interação e atividade humana criadora e, portanto, com as esferas de criação ideológica. (MELO, 2017, p. 107).

Como podemos observar, as vozes sociais estão ligadas tanto aos sujeitos quanto à situações sociais e históricas concretas, de modo que podemos, assim, observar as vozes sociais por meio da linguagem (em qual materialidade for), pois, ali, em uso vivo, podemos encontrar as valorações que circulam em forma de signo ideológico nos enunciados (no caso de nosso *corpus*, filmes – mas não somente). Quando dissemos que há vozes sociais que constituem Gru e os minions, como patrão, empregado em uma relação de trabalho, temos em vista essa conceituação feita por Melo (2017) como um discurso vigente, atual e que circula socialmente, mas que pode ser encontrado também na “boca” (enquanto comportamento) de determinados sujeitos, como encontramos a voz social do chefe na “boca” de Gru por meio de sua postura mediante os minions, sua forma de tratá-los, objetivando lucro e mérito pessoal às suas custas, bem como vemos a voz social do trabalhador na “boca” dos minions quando se submetem às mais diferentes (e degradantes) situações porque há um chefe que assim os trata. Dessa relação entre chefe e trabalhador resulta o que vemos como a voz social do trabalho, que é o modo pelo

qual minions e Gru estão unidos e assim convivem, no caso, o trabalho que é um tipo de servidão em nome da vilania.

Essas valorações não estão soltas no mundo, mas relacionadas a sujeitos e situações que, por meio delas, se constituem. Melo (2017, p. 106) diz: “A voz social como concepção de mundo é produzida pelos homens organizados em sociedade. Concepção de mundo, opinião ou ponto de vista, essas vozes não estão soltas, mas se interceptam, olham umas para as outras e conversam, debatem, polemizam, interagem”. Assim é que pensamos, de acordo com o autor, na forma pela qual os minions, no exemplo anterior, doam-se e doam tudo o que têm para Gru, pois há uma voz social, um discurso vigente socialmente que caracteriza os sujeitos como benevolentes em nome de um bem comum maior, mesmo que esse bem maior comum os explore quando em situação de dominação da situação – não nos esqueçamos que Gru passava por um momento de crise em seu trabalho quando os minions resolveram doar o que tinham para ele, uma vez que o banco não o ajudava mais com recursos financeiros para seus planos e missões vilânicas. Tampouco nos esqueçamos que os méritos de roubo da lua estavam direcionados a Gru quando este ainda imaginava poder realizá-lo.

Dessa forma, temos a constituição do Gru que revela um sujeito despreocupado com seus outros, interesseiro e perverso e que não vê limites para conseguir o que quer: seja cortando a fila de outras pessoas, seja roubando uma arma de outro vilão para que ele mesmo possa se tornar o maior na categoria, seja tirando o dinheiro de seus empregados. Entretanto, é interessante observar que a vilania de Gru é relativizada, logo, ele se torna um sujeito ambivalente, um vilão do mal que, também, é do bem – a inserção de uma família corrobora para essa “humanização”. Isso também é feito com a presença de outros vilões dentro do mesmo contexto de atuação de Gru – a existência de vilões maiores e melhores que colocam Gru como um vilão de menor categoria. Assim, ele pode se tornar o herói que salva o mundo ao final do dia, ao passo que se movimenta, junto aos seus minions, para combater os vilões “de verdade”, ou seja, aqueles que não têm a sua maldade relativizada e desejam dominar a humanidade, de uma forma ou de outra (típico em filmes de animação infantis).

Em *Meu Malvado Favorito* (2010), por exemplo, temos o vilão Vector, que almeja roubar a lua e a sua vilania é construída, ao longo desse filme, como danosa e perversa, logo, uma vilania que deve ser combatida – e é Gru que assume essa postura de combate, não só em relação a Vector, mas aos outros vilões que aparecem nos outros enunciados. Em *Meu Malvado Favorito 2* (2013), temos o vilão El Macho, que estava na posse do antídoto PX-41, com o objetivo de transformar toda a população em seus capangas indestrutíveis e assassinos. Em *Meu Malvado Favorito 3* (2017), temos o vilão Balthazar Bratt, um astro da televisão que fez sucesso

nos anos 80, mas que foi esquecido com o tempo, de forma que deseja retornar para os seus dias de sucesso, agora, com a vilania como sua aliada para se vingar – para que ele não caia no esquecimento de novo.

Como podemos observar, cada vilão, em cada filme, possui uma construção típica que lhe é própria, de modo que cabe a Gru, enquanto o malvado favorito, reinar e ser o único vilão no topo da lista de vilões, combatendo, assim, outras vilanias que surgem – porque a sua vilania é relativizada e transformada em boa, pois se fosse como a dos outros vilões, ele também seria combatido. Um fator importante para que essa vilania seja relativizada e, inclusive, aceita pelo público consumidor (que acaba “torcendo” à favor do malvado favorito) é a inserção de elementos fraternais ao longo dos filmes, bem como o seu emprego na AVL – Liga Anti-Vilões, de modo que Gru passa a integrar o grupo que caça e combate vilões. A adoção de Margo, Edith e Agnes é um acontecimento importante no desenvolvimento da narrativa, pois coloca Gru como pai solteiro de três filhas adotivas, em *Meu Malvado Favorito* (2010), o que gera um tipo de comoção pela sua situação, o sujeito “durão” que se rende ao amor de três órfãs e assume a paternidade – sem, necessariamente, ter uma mulher ao seu lado, o que é uma quebra no padrão familiar tido como tradicional.

Contudo, esse padrão familiar atípico logo se enquadra no padrão familiar tradicional, pois surge Lucy, em *Meu Malvado Favorito 2* (2013), como o par amoroso de Gru – também ocupando o posto de mãe das três meninas. Nesse filme, Gru é contratado pela AVL – Liga Anti-Vilões para fazer parte da equipe, assim, ele deixa de ser o vilão que passou o filme anterior tentando ser e ao qual os minions juraram servidão e se torna um pai de família com emprego formal, o que dificulta a sua dedicação aos trabalhos vilânicos, uma vez que a sua atual função é combatê-los. Por fim, em *Meu Malvado Favorito 3* (2017), há a descoberta de um irmão gêmeo de Gru, o Dru, o que faz ampliar os laços familiares que vinham sendo construídos como problemáticos ao longo dos outros filmes, de modo que o público, mais uma vez, é levado a relevar a vilania de Gru (porque ele tem família, porque ele é pai, porque ele ama e tem sentimentos), contrário ao sentimento adotado pelos outros vilões anteriormente citados. Assim, Gru é acolhido pelo público como o malvado favorito – não só dos minions, mas também de quem assiste enquanto telespectador –, ou seja, um sujeito ambivalente que possui o seu lado vilão, perverso e tirano, mas, sobretudo, o seu lado humano.

As relações afetivas de Gru recaem sobre os minions também, de modo que as contradições podem ser melhores vistas quando há a interação entre esses dois sujeitos distintos. Gru é o chefe, é quem ordena e também explora a mão de obra dos minions e, por outro lado, é quem os acolhe e dá afeto, é quase como uma figura paternal também. Em determinadas cenas,

a relação existente entre eles de patrão-empregados é suavizada, de modo que outras perspectivas de sujeitos surgem. Entretanto, ela ainda existe e recorrentemente é trazida à tona, mesmo que de maneira mais sutil, porque as posições sociais do Gru e dos minions são diferentes, embora sejam dicotomicamente complementares. Gru não deixa de ocupar o seu lugar como patrão e chefe, o sujeito que ordena e que tem quem o obedeça, bem como os minions não deixam de se constituírem como servos fiéis e dedicados ao seu patrão, a quem obedecem. Gru, de vilão desprezível e malvado, se torna um ex-vilão, que assim passou a ser devido às dificuldades financeiras encontradas em seguir como vilão (o banco de vilões não financia mais suas missões, de modo que não há outra fonte para sustentá-las). Contudo, não significa ser um ex-patrão dos minions, tampouco eles se tornam ex-servos de Gru.

Figura 44 - Gru e minions se preparam para missão



Fonte: *Meu Malvado Favorito 2* (2013)⁷¹

Após passar por um período sem trabalhos, ele é contratado pela AVL – Liga Anti-Vilões e faz o anúncio para as suas filhas: “Eu fui recrutado por uma agência ultrassecreta para agir disfarçado e salvar o mundo [...]. O Gru tá na área de novo, com engenhocas, com armas, com carrões... tudo de grátis. (COFFIN; RENAUD, 00:24:09-00:00:24:22) e, ao final desse anúncio, Gru se prepara para voltar à atividade, já em sua primeira missão, de modo que colocar os óculos escuros, de acordo com a cena abaixo, é uma forma, enquanto signo visual, de

⁷¹ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 2* (2013), respectivamente: 00:24:27, 00:24:30, 00:24:32 e 00:24:34.

confirmar que ele “está na área de novo”, como ele mesmo disse. Os minions, que também se disfarçam, um com óculos, outros dois com trajes completos, também “estão na área de novo” junto com Gru, ao se disfarçarem para auxiliá-lo em sua primeira missão, como podemos observar na figura anterior.

Essa cena nos reforça a ideia de que os minions estão com Gru e a ele são fiéis pois, independente do trabalho por ele desenvolvido, eles se colocam em posição ativa e de servidão. Por isso é que dissemos que os minions não deixam de ser servos de Gru, seja em qual função ele desempenhe – vilão ou ex-vilão. Bakhtin (2011d, p. 342) diz que “do outro eu recebo meu nome, e este existe para os outros”, de modo que isso parece, aos minions, ser uma condição de existência a partir tão somente de Gru, uma vez que eles existem para os outros a partir do que Gru os nomeia (ou seja, enquanto Gru os coloca para desempenhar funções).

O modo como eles são enquadrados pela câmera na cena, em primeiro plano, nos possibilita visualizar suas expressões e seus sentimentos, de modo que observamos a mesma expressão facial em Gru e nos outros dois minions (à direita superior e à esquerda inferior), como uma forma de mostrar que estão todos movidos pelo mesmo sentimento: o da missão de Gru, por isso eles estão com óculos e roupas diferentes, como uma forma de disfarce exigida pela missão. Não é um colocar de óculos qualquer nem uma postura de combate qualquer (os braços levantados com os punhos fechados), mas é a representação do que os minions são e fazem por Gru: colocam-se em posição ativa assim que veem o seu mestre entrando em ação. Bakhtin (2011d), ao tratar do romance de Dostoiévski, fala sobre a interação de suas personagens e tece algumas reflexões. A noção de consciência em interação com outras, ou seja, de um “eu” com “outros”, é colocada da seguinte maneira:

Os atos mais importantes, que constituem a autoconsciência, são determinados pela relação com outra consciência (com o tu). A separação, o desligamento, o ensimesmamento como causa central da perda de si mesmo. Não se trata do que ocorre dentro mas *na fronteira* entre a minha consciência e a consciência do outro, *no limiar*. (BAKHTIN, 2011d, p. 341 – grifos do autor).

Por isso, ao trazermos essa noção para o nosso *corpus*, pensado nos minions e em Gru, enfatizamos a importância da relação, do contato, porque tudo o que é importante para o “eu” é estabelecido na troca feita com o “outro”. Quando observamos a forma com a qual os minions se colocam diante de Gru, visualmente, o que marca sua postura física, mas também ideias e comportamentos, compreendemos a relação com a qual os minions se colocam na fronteira entre eles mesmos e Gru, pois é na fronteira dessa interação que se dá a constituição do sujeito, não em seu interior.

Dessa forma, o que Bakhtin (2011d, p. 342) diz: “Eu não posso passar sem o outro, não posso me tornar eu mesmo sem o outro; eu devo encontrar a mim mesmo no outro, encontrar o outro em mim” é de extrema importância quando pensamos na constituição dos minions e Gru ao longo dos filmes, pois percebemos que há esse encontro recíproco entre os minions e Gru, em que a alteridade entre os sujeitos é tão constitutiva da identidade que é possível observar a “presença” que um ocupa na vida do outro, de maneira única e essencial. Os minions, enquanto trabalhadores-servos, encontraram a si mesmos, em Gru, pois essa é uma forma de ter a sua servidão validada e confirmada, ao mesmo passo que, para o Gru, enquanto chefe-patrão e vilão, ter o encontro dos minions em si mesmo é ter a sua vilania válida, já que ele precisa, para tanto, de capangas, como os minions são.

Embora falemos, a todo momento, sobre a alteridade, sobre o caráter interativo das relações e a identidade gerada a partir desses movimentos, é de extrema importância perceber que não há, entre minions e Gru, nem entre outros sujeitos de linguagem, sejam quais forem, a coincidência ou a substituição de um pelo outro. Minions e Gru não se confundem, pois cada um, de acordo com seu grupo social, ocupa um lugar único, a partir da sua singularidade do evento único do existir e é exatamente essa não-substituição do “eu” pelo “outro” que gera o excedente de visão – a exotopia. Somente do lugar único que o “eu” ocupa é que ele se torna capaz de contemplar os “outros” que se situam fora dele mesmo, porque não seria capaz caso houvesse uma fusão e não existisse limites demarcatórios entre o “eu” e o “outro”. Assim, Gru e minions precisam, cada qual a sua maneira, ocupar posições distintas (até dicotômicas, em determinado sentido) para que a relação patrão-empregados/chefe-trabalhadores seja gerada, como explicitamos anteriormente.

Mais do que isso, outras relações também são importantes, ao longo dos filmes, pois elas revelam outras formas de interação entre os sujeitos que, na evolução da narrativa, agregam novas valorações e, assim, constroem imagens de sujeitos que, não necessariamente, são claras e definidas, como a ambivalência presente na vilania que passa a ser relativizada e, de certa forma, aceita, se praticada por determinado sujeito, com a construção identitária perpassada por outros sujeitos. Cada ato do sujeito revela, assim, a sua forma de ser e de se posicionar no mundo, por isso é que nos importa observá-los para compreendermos como a sua constituição está pautada socialmente ao que tange às valorações da vida. O ato exige o sujeito do alibi na existência, uma vez que “o ato – considerado não a partir de seu conteúdo, mas na sua própria realização – de algum modo conhece, de algum modo possui o existir unitário e singular da vida” (BAKHTIN, 2010, p. 79), de modo que podemos compreender o sujeito a partir de seus atos – quem ele é, o que faz, como se posiciona, dentre tantas outras possibilidades.

Ainda em referência ao artigo de Bakhtin (2011d, p. 355 – grifos do autor), o autor diz: “Não se trata de fundir-se com o outro mas de manter posição própria na distância e no *excedente* de visão e compreensão a este relacionado”, o que nos fez pensar na clara distinção que deve haver entre “eu” e “outro”, entre minions e Gru (e outros sujeitos que surgem ao longo da evolução narrativa), porque não é na fundição que as identidades de vilão e servos capangas são reveladas, mas é justamente na demarcação entre esses dois grupos sociais distintos que elas surgem – e podemos acessá-las mediante as interações que ocorrem entre esses sujeitos, cada qual respondente ao seu grupo de origem e pertencimento.

Tratando, ainda, sobre a questão da vilania em Gru que, gradativamente, foi se perdendo, com a inserção da família em sua vida e da sua entrada na AVL – Liga Anti-Vilões, em *Meu Malvado Favorito 3* (2017), há uma reviravolta na relação dos minions com o Gru quando estes resolvem questioná-lo sobre a ausência de feitos vilânicos, afinal, é isso o que os motiva a viver, esse é o objetivo de suas vidas: agradar ao mestre mais perverso que puderem achar. Eles já servem fielmente Gru, mas desde que ele entrou para a AVL – Liga Anti-Vilões, a servidão ao mestre mais perverso deixou de existir e deu lugar somente a um trabalho comum. Se não há um mestre perverso, mas apenas um mestre, os minions não se sentem cumprindo sua servidão como assim é concebida.

A construção da cena se dá quando um dos minions, Mel, liga para Gru e interrompe um momento familiar (a ideia do trabalho que invade as relações de prazer e fruição), e logo após Gru está no laboratório para ouvi-lo. Ao mesmo tempo, os minions falam sem parar, um em cima do outro, ao que Gru, de maneira assertiva, diz: “Minions, para, para, para, para! Acho que vocês não entenderam. Não, não, não, não. Isso não significa que nós vamos voltar a ser vilões [...] a nossa vida de crime já acabou! (COFFIN; BALDA, 2017, 00:14:09-00:14:32). Durante essa fala, temos a inicial excitação dos minions e, na sequência, a sua decepção com a maneira assertiva com que Gru põe um fim na vilania.

Figura 45 - Excitação e decepção dos minions com Gru



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁷²

Se pensamos na fala de Gru, direcionada aos minions, temos uma assertividade (e certa inflexibilidade) no uso repetido do substantivo de negação “não” e do verbo “parar” (em sua forma flexionada). Com isso, Gru se posiciona frente aos minions com uma postura que visa conter a comoção/excitação deles, ao mesmo tempo que não deixa margens para dúvidas acerca do seu posicionamento e decisão final sobre o assunto. O que os minions mais desejam é algo que Gru pode dá-los, a vilania, contudo, ao se recusar a voltar a realizar esse tipo de trabalho, o minions se veem frustrados com seu chefe, pois perderam a vilania, que os move.

Como podemos observar, por meio do enunciado verbivocovisual, esse momento de excitação e decepção são construídos nas figuras dos minions, vistas anteriormente. Ao mesmo tempo em que, na primeira cena, eles pulam, comemoram e gritam (ao acharem que Gru voltaria para a vilania, ao ter atendido o chamado de Mel), saem sonoros “êêêê” de suas bocas, perceptíveis também pelo modo como estão sorrindo e gargalhando, o vocal se ampara no visual e, ambos, formam a imagem de excitação dos minions ao imaginarem ter a sua servidão ao mestre mais perverso de volta. Contudo, em questão de segundos, a feição dos minions muda,

⁷² Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:14:10 e 00:14:14.

a boca que sorria e gargalhava dá lugar à caída no canto dos lábios e eles emitem sonoros “aaaa”, ao mesmo tempo em que seus olhos também se reviram para cima, como em posição de suplica para que a sua idealização de vida e servidão vilânica perversa fosse, enfim, atendida.

A vilania é, ao longo de todos os filmes, trazida à tona, das mais variadas formas (seja como confirmação, como recusa ou como expectativa de realização). Desse modo, temos nesse modo de vida, uma valoração presente que, em determinado momento da relação entre minions e Gru, deixa de ser concebida da mesma maneira. Para Gru, a vilania se tornou algo a ser combatido (como vimos pela sua contratação pela AVL – Liga Anti-Vilões, no filme de 2012), mas, para os minions, ela continua sendo um impulsionador e algo desejável, uma vez que está em sua constituição, enquanto sujeitos, a perversidade. Nessa cena, os minions colocam a valoração da vilania (em termos de importância) no tom com o qual falam/se expressam com Gru. A esse respeito, Bakhtin (2010) diz:

Nenhum conteúdo seria realizado, nenhum pensamento seria realmente pensado, se não se estabelecesse um vínculo essencial entre o conteúdo e o seu tom emotivo-volitivo, isto é, o seu valor realmente afirmado por aquele que pensa. Viver uma experiência, pensar um pensamento, ou seja, não estar de modo algum, indiferente a ele, significa antes afirmá-lo de uma maneira emotivo-volitiva (BAKHTIN, 2010, p. 87).

Esse tom emotivo-volitivo é o que coloca os minions, nesse momento, em relação não só ao seu trabalho, mas também aos seus desejos pessoais que os constituem como tais, em uma situação de não-indiferença, de importância e de tomada de posição – o ato, que faz com que eles confrontem Gru acerca de um posicionamento, de uma mudança de atitude sobre o que têm vivido. E isso se materializa, em específico, no enunciado, de modo que o sujeito, enquanto falante, posiciona-se e tem, em seu ouvinte (real e/ou em potencial), a palavra-outra em relação à sua palavra.

Como unidade integrativa de sentido, o enunciado revela os valores e as vozes sociais vigentes ao mostrar como a linguagem o constitui (seja em qual materialidade for). Contemplar essas e outras materialidades sógnicas ao que diz respeito à ideologia, nos permite compreender como é feita essa construção enunciativa na arte a partir de relações que são provenientes da vida. Isto é, o que está representado nas cenas do filmes são, de maneira refletida e refratada, interações sociais presentes na vida (mesmo que ressignificadas). Por isso dizemos que o filme, em sua unidade de sentido, não é neutro, porque constrói o mundo à sua maneira, isto é, em relação com valorações que lhes são próprias e que demonstram a forma com a qual os sujeitos-

autores, diretores e roteiristas responsáveis pela produção concebem e ressignificam as relações humanas – no caso, a de chefe e a de trabalhador.

Figura 46 - Revolta dos minions



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁷³

Prosseguindo nessa relação de confronto entre os minions e Gru, temos uma quebra de normalidade na cena quando Mel, o minion que “lidera” o grupo nesse momento, rebela-se contra Gru e a sua falta de vontade de voltar para a vilania e, assim, leva o grupo todo a ficar a seu lado – a massividade deu lugar à coletividade e a união entre os minions (grupo social) toma o lugar da servidão fiel a Gru. Não apenas os minions estão como cúmplices de Mel nesse embate, o minion que lidera, nós também, enquanto telespectadores, pois na última cena (na imagem inferior da esquerda), somos colocados no mesmo plano de imagem dos minions, quando estes se colocam de costas para nós e de frente para Gru (o único que contemplamos face a face, o que nos remete à ideia de estarmos também o confrontando, junto aos minions).

O rosto dos minions também demonstra uma quebra de normalidade à ordem vigente no laboratório de Gru, ao trazê-los com um olhar que fita de canto (cena da direita superior) e as feições mais duras (cena inferior esquerda). Ao mesmo tempo em que Mel ergue seu punho, como símbolo comumente reconhecido de um ato de rebeldia e resistência, nesse caso, contra Gru e sua falta de vontade de ouvir os minions e voltar para a vilania, os minions levantam

⁷³ Fotogramas disponíveis em: 00:14:51, 00:14:52, 00:14:54 e 00:14:59.

cartazes e armas e se voltam contra Gru, em posição de apoio a Mel. Em um dos cartazes, inclusive, podemos ler o enunciado “*Follow Mel*” (“Siga Mel”, em tradução nossa), o que mostra a falta de apoio e servidão a Gru, o patrão malvado favorito que baniou a vilania do laboratório e da vida dos minions – motivo suficiente para tornar a rebelião possível.

Tratando-se de um enunciado verbivocovisual, toda materialidade sígnica é expressa ideologicamente, de modo que, ainda sobre o punho erguido de Mel, estabelecemos relações dialógicas com o famoso enunciado de Karl Marx que se tornou um *slogan* político, “Trabalhadores de todo o mundo, uni-vos”, ao visualizar seu punho cerrado levantado e, logo após, a inclinação para a frente – onde está Gru, notamos que os minions se uniram para combatê-lo, pois ele não quer mais ser um patrão malvado favorito pra eles. Nessa oposição instaurada entre minions e Gru, visualmente, podemos ver armas apontadas para Gru, em uma posição de confronto entre patrão e trabalhadores, pela primeira vez ao longo de toda a narrativa. Os minions se colocam como os que tomam o poder e controle da situação, ainda que momentaneamente, e, assim, invertem a ordem social vigente e instaurada ao longo da franquia de filmes.

Essa cena nos é cara visto que, na relação entre minions e Gru, o que objetivamos observar são as vozes sociais acerca do trabalho, do trabalhador e do chefe, de modo que esse confronto e essa rebelião contra Gru, pela parte dos minions, personificada, principalmente, na figura de Mel, aproxima-nos de movimentos sociais existentes, presente na vida, e que são, na arte, semiotizados de uma outra forma, pois o signo ideológico reflete e refrata a realidade à sua maneira (VOLÓCHINOV, 2017 [1929]). A ideia do punho cerrado erguido é comumente associada às lutas de classes, aos trabalhadores em situações de resistência e combate à ordem social vigente, sendo que, no filme da franquia, o uso é ressignificado para a ambientação da obra, contudo, mantém, por meio da memória ideológica, o sentido com a “originalidade” (em termos de origem) do gesto.

Assim é que podemos pensar no enunciado como responsável e também responsivo, em sua resposta de passado e também de futuro, como elo na cadeia da comunicação discursiva e único, porque está concretamente situado. Por isso, ao olharmos para os filmes, olhamos também para aspectos históricos, sociais e culturais que se materializam de acordo com a forma com a qual o gênero se concretiza por meio do enunciado. O punho cerrado erguido de Mel é uma forma de trazer, nessa discussão de trabalho, a luta de classes entre chefe(s) e trabalhador(es), que embora possa não perdurar e se sustentar por muito tempo no filme, é real e possui eco no solo social.

Gru, ao dizer “Não vamos voltar para a vilania” (COFFIN; BALDA, 2017, 00:15:20-00:15:21), instaura uma suspensão da voz social sobre o trabalho com a qual vínhamos compreendendo a relação entre minions e Gru – não voltar para a vilania significa, dentre tantas possibilidades, a de não ter um mestre a quem servir, e, ainda, um mestre perverso, que é o que os minions desejam e buscaram ao longo de toda a sua vida. A voz social do trabalho é a voz marcada pela servidão que, por sua vez, perpassa pela vilania, pela perversidade e pelo prazer de fazer o mal sem olhar a quem, mesmo que todos os créditos e reconhecimentos sejam dados a Gru. Os minions se alegravam mesmo com essas condições. Contudo, não ter mais nada disso é motivo suficiente para que haja o confronto entre os dois grupos sociais distintos. A fala de Gru dá lugar a uma sequência de atitudes, pela parte dos minions, tidas como de confronto:

Figura 47 - Confronto entre minions e Gru



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁷⁴

Ao olharmos para as cenas como um enunciado verbivocovisual podemos observar três enquadramentos diferentes que revelam, cada qual, a quebra harmônica na relação minions e

⁷⁴ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:15:28, 00:15:37 e 00:15:42.

Gru. Na primeira cena, temos um plano *plongée* em que a câmera assume a perspectiva de Gru, ou seja, temos a ideia de superioridade de Gru olhando para os minions e esses, por sua vez, mostram a língua para ele como uma forma de se oporem à decisão de Gru de não terem mais vilania. Na segunda cena, temos um primeiro plano em que observamos o confronto, em específico, de Mel (representando o grupo social minions como um todo) e de Gru, em que ambos se encaram e com as expressões faciais mais duras e sisudas. São observados pelos outros minions presentes, que possuem ar de preocupação, uma vez que o futuro da relação dos dois grupos está em jogo. Na terceira cena, temos, também um primeiro plano, contudo, há um objeto de destaque em cena: o boné de Mel, com o enunciado “*I love Gru*” (“Eu amo Gru”, em tradução nossa), jogado no chão, sob os olhares de desaprovação dos minions direcionados a Gru.

Jogar o boné no chão, que antes estava na cabeça, marca o fim da tentativa de reconciliação entre minions e Gru acerca da vilania exercida por eles, em conjunto. O boné, aqui, é como o capacete de operário que alguns dos minions usam durante o trabalho no laboratório. Tirar o boné da cabeça e jogá-lo no chão é tirar Gru, de maneira figurada, da cabeça dos minions. É tirá-lo de suas vidas enquanto chefe e malvado favorito a quem eles se dedicam fielmente – salvo na ausência da vilania, motivo suficiente para fazê-los se revoltarem contra Gru.

As três cenas, em conjunto, quebram com a ordem vigente, marcada pelo desenvolvimento da narrativa. Ainda, há a fala de Gru que nos revela que tampouco ele acreditou na atitude que os minions acabaram de tomar (de abandoná-lo), pois estava acostumado com a servidão irrestrita e não imaginava tamanha insubordinação pela parte deles: “Quê???” Me demitem??? Ah, tão falando sério??? Qual é...” (COFFIN; BALDA, 2017, 00:15:43-00:15:48). Essa sucessão de enunciados interrogativos, emitidos por Gru com um tom de voz de incredulidade, mostram a sua surpresa em relação a atitude dos minions, pois Gru, mais do que como patrão, como malvado favorito dos minions, não imaginaria nem esperava essa postura. Mostrar a língua, confrontar cara a cara e jogar o boné no chão são a materialização da revolta dos minions, símbolos de sua luta contra Gru.

Minions, enquanto trabalhadores, ao confrontarem Gru, o chefe, não obtiveram resultado e, assim, em um ato de rebelião, resolveram não se demitir enquanto empregados, mas demitir o Gru enquanto patrão (o enunciado anterior nos revela isso, quando Gru diz “me demitem???”). Os minions tomam consciência de quem eles são, pois são eles que confrontam Gru, o questionam e tomam a atitude de demiti-lo (e não de se demitirem). Percebemos que se demitir e demitir o seu chefe são duas coisas diferentes, embora tenham a mesma consequência

(rompimento de trabalho entre minions e Gru). Todavia, ao demitirem Gru é que os minions mostram que estão no controle (ainda que temporário) da situação – e não o contrário –, de modo que a massividade dá início à coletividade. Não é Gru que os dispensa (como vimos anteriormente, quando ele não tinha mais recursos para as missões), mas são os minions que o demitem porque o trabalho com Gru não é mais frutífero para eles, tornou-se uma relação da qual eles não precisam mais, uma vez que não cumpre mais com seu objetivo de vida de ter o mestre mais perverso. Gru não é mais esse mestre, portanto, os minions não precisam mais dele.

Contudo, essa quebra da ordem vigente é rápida e não se mantém ao longo do desenvolvimento da narrativa, de modo que, em pouco tempo, os minions voltam para a situação de servidão a Gru, da qual não se desvincularam tão facilmente. Ainda assim, essa quebra da ordem vigente, mesmo rápida, mostra-nos a força dos minions enquanto coletividade massiva, enquanto sujeitos do mesmo grupo social, capazes de se oporem à sua situação de classe oprimida, deixando de sê-la caso reúnam, de fato, forças suficientes. Gru, por sua vez, mesmo sem a mão de obra massiva dos minions, consegue se sustentar como mestre e patrão, porque ele ainda continua sendo o detentor dos meios de produção – mesmo que esteja em crise financeira –, ao passo que os minions, não.

A tomada de consciência de classe, embora repentina, é o que faz com que a alienação dos minions, acerca de si mesmos e do seu potencial, seja demonstrada na cena em questão, de confronto em embate entre classes sociais distintas. Nesse sentido, é o total desconhecimento que causa a alienação, tanto de si mesmo quanto do outro, visto que projetamos o desejo de como queremos que ele seja e, com isso, certas frustrações e quebras de expectativas são rompidas, pois, como dissemos, o sujeito bakhtiniano, embora sempre permeado pela presença do “outro” para que seja “eu”, não tem, com ele, uma relação de coincidência, em termos de instâncias valorativas. Portanto, o eu-para-mim, o outro-para-mim e o eu-para-o-outro são imagens de sujeito que não estão em consonância e, por isso, geram embates quando há a tomada de consciência, ainda que momentaneamente, por uma das partes.

Essa tomada de consciência, embora não seja definitiva, acarreta o rompimento da ordem social vigente que regia a relação minions e Gru, de modo que os minions, na ausência de um mestre a quem possam servir, não só abandonam Gru como vão passar seus dias em uma prisão, local em que eles acabam se tornando “chefes” (por acaso) e tornando-se os malvados com os outros detentos que, em razão disso, começam a respeitá-los por medo. Assim, os minions, embora momentaneamente, deixam a posição servil, que vêm sustentando ao longo

de toda a narrativa, e passam a ser os chefes, os malvados favoritos, que exploram e, sobretudo, amedrontam aqueles à sua volta⁷⁵:

Figura 48 - Minions na prisão



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁷⁶

Nas cenas anteriores, como podemos observar, os minions adotaram uma postura contrária à que possuíam no laboratório de Gru, a expressão boba e risonha, até ingênua, deu lugar à expressão séria e perversa, o olhar de soslaio tomou conta de suas expressões, de modo que podemos observá-los, em diferentes cenas, com a mesma forma de olhar para os outros detentos. Na prisão, eles não são mais trabalhadores, os outros detentos é que trabalham para eles, de modo que uma nova ordem é instaurada e surge, nos minions, uma nova voz social

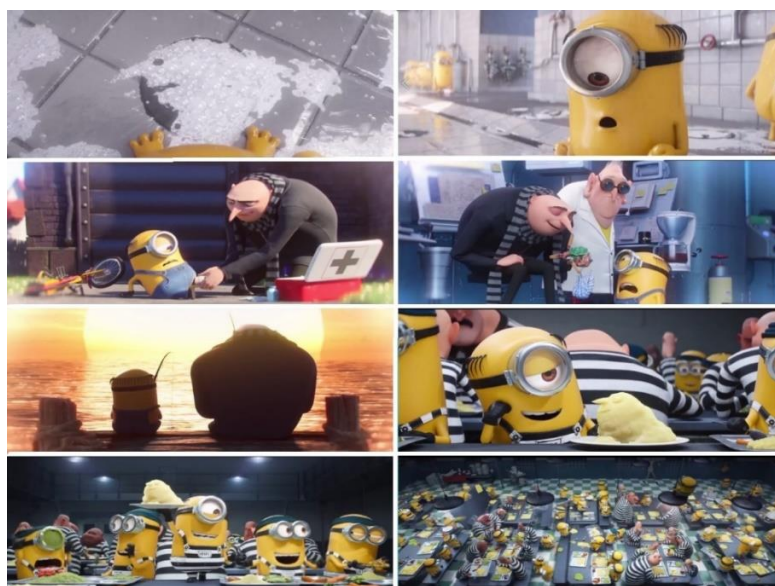
⁷⁵ Embora não seja o foco de nosso estudo, a questão nos remete ao pensamento de Paulo Freire sobre a educação não-libertadora: “o sonho do oprimido é ser o opressor”.

⁷⁶ Fotogramas disponíveis em Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:47:07, 00:47:13 e 00:47:27

acerca do trabalho, do chefe e do trabalhador (embora não se sustente até o final da narrativa). A relação continua sendo pautada com a existência de outros sujeitos, pois é o embate entre o “eu” e o “outro”, enquanto duas consciências distintas e que não se fundem, que torna possível tal constituição, como diz Bakhtin (2011d, p. 342), “a consciência é essencialmente plural”.

Por isso, ao apontarmos para a questão da voz social de chefe e trabalhador e também de trabalho, percebemos que, nesse momento, a evolução narrativa toma outras perspectivas com as quais vínhamos acompanhando, nos questionamos sobre a possibilidade de tal situação se perdurar, ou seja, de minions e Gru, de fato, romperem os laços trabalhistas-afetivos. O questionamento se dá pelo fato dos minions, em *Minions* (2015), estarem, a todo momento, atrás de um chefe, de um vilão a quem servir, de modo que ao viverem fora dessa lógica, algo não estaria completo em sua constituição de minions: a ausência de servidão. Não que não possam ter outro vilão a quem servirem, além de Gru, mas é pela instauração momentânea dos minions como os chefes (da prisão) que nos possibilitou essa discussão. Contudo, não há abertura suficiente no filme, em termos de narrativa, para tal possibilidade de minions continuarem como os chefes da prisão e, assim, assumirem uma postura de malvados favoritos, uma vez que logo somos apresentados ao Mel (o minion que iniciou a revolta contra a falta de vilania de Gru) lembrando seus momentos de afeto-trabalho com Gru quando ainda está na prisão:

Figura 49 - Lembrança de Mel e Gru



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁷⁷

⁷⁷ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 00:47:33, 00:47:36, 00:47:44, 00:48:00, 00:48:05, 00:48:23, 00:48:28 e 00:48:32.

Essa cena, que começa com Mel no banheiro da prisão e termina no refeitório, nos mostra um *flashback* em que Mel relembra de todas as vezes em que Gru não foi um patrão para ele, mas um amigo/um pai, e, assim, temos a noção de que ele ficou alguns momentos (horas ou talvez dias) pensando nisso, pois a cena se inicia no banheiro e termina no refeitório, dois lugares diferentes. Com essa lembrança de Mel, que traz também a nós, telespectadores, imagens da boa relação entre Gru e os minions (embora esteja só representado o Mel), leva-nos a compreender que o plano de abandonar Gru porque ele não queria mais ser vilão será descartado e isso logo se confirma quando, no refeitório, a comida de Mel está com o formato da cabeça de Gru e ele a olha de maneira admirada, com a expressão carinhosa e a mão apoiada ao rosto. É quase possível ouvi-lo suspirando ao admirar a imagem de Gru em sua comida.

Mel foi quem levantou a revolta dos minions contra Gru, assim também é Mel que, tomado pelas boas lembranças, irá mostrar, aos minions, no refeitório, que eles devem muito a Gru e, por isso, precisam voltar para ele – o último fotograma inferior, em que os minions gritam e atiram comida para todos os lados, em comemoração à menção feita pelo Mel, nos revela isso. Dessa forma, como dissemos anteriormente, embora estivessem em contato com outras formas de existência, outras possibilidades de ser minions – não mais como servos fiéis, mas como chefes – eles não se enxergam assim, de modo que decidem voltar para Gru – o seu malvado favorito. Assim, a questão que os faz voltar é a relação de afeto, mais do que a de vilania, pois eles já haviam demitido Gru como patrão pela falta de vilania, mas é o afeto que vem à lembrança de Mel e que o faz repensar em como Gru é bom para ele e para todos os outros minions. Eles não deixam de serem seus servos, pois mesmo em meio às dificuldades, às crises, às revoltas e aos confrontos, eles ainda têm, em Gru, a imagem do que é o mestre mais perverso que eles podem servir. Por isso, ressaltamos que a ordem instaurada é quebrada momentaneamente, pois logo os minions montam um plano para sair da prisão e voltar para Gru, a quem servem fielmente.

Figura 50 - Gru, Mel e outros minions



Fonte: *Meu Malvado Favorito 3* (2017)⁷⁸

A cena em do reencontro entre minions e Gru, após os minions ajudarem Gru a deter o vilão Balthazar, não nos remete às imagens que havíamos construído ao longo do trabalho, contraditórias, entre o chefe que acolhe mas, mesmo assim, ordena e explora, e os trabalhadores que obedecem e se dedicam fielmente mas se rebelam, mesmo momentaneamente. Ao contrário, colocam a relação de Gru e dos minions mais afetuosa, em que patrão e empregados, mesmo após passarem por problemas, continuam cultivando sentimentos bons e harmônicos entre eles, de modo que o desentendimento anterior não é levado como mágoa e remorso, mas são colocados como um elemento que fortalece a relação de ambos.

A voz social do empregado-trabalhador e do patrão-chefe, junto à do trabalho, é colocado em outro plano de sentido – embora continue existindo toda a exploração sobre a qual já nos detivemos – quando Gru e Mel se olham, não mais em situação de confronto, como no

⁷⁸ Fotogramas disponíveis em *Meu Malvado Favorito 3* (2017): 01:19:27, 01:19:30 e 01:19:34.

laboratório, visto que se abraçam afetuosamente. Abraçar Mel é abraçar todos os outros minions e, como já dissemos, a presença de elementos fraternais (Margo, Edith e Agnes, as filhas adotivas, Lucy, a mulher e Dru, o irmão), que também estão representados na cena, trazem a ideia de família tradicional que gera o sentimento de que essa relação, ainda que seja, em muitas das vezes, sub-humana, exploradora e injusta, está aceita e comove o público, acostumado aos finais felizes no estilo Disney de contos de fadas – os minions, em volta da família tradicional, comemoram, vibram e demonstram tamanha excitação em ter a ordem anterior instaurada novamente – marcada no abraço afetuosamente entre Mel e Gru.

Trabalhadores são levados, atualmente, a uma romantização⁷⁹ do trabalho precário, tendo em vista o desemprego e a falta de oportunidades no mercado de trabalho, de modo que os trabalhadores são perpassados pelo discurso de fácil substituição de um pelo outro. Ou seja, no mundo capitalista, com cada vez menos vagas de trabalho formal e com a crescente onda de emprego informal, se um trabalhador não está satisfeito com as condições impostas pelo seu chefe, há de se encontrar, com facilidade, outro trabalhador que o faça. Desse modo, situações como a que temos vivenciado, sobre flexibilização das leis trabalhistas, por exemplo, são levadas, pelos trabalhadores, como normalizadas e, de certa forma, romantizadas, por conta do cenário atual. Desse modo é que vemos na atitude dos minions (em especial, de Mel) em voltar para Gru como uma forma de coadunar com esse discurso cada vez mais presente em nossa sociedade, de aceitar certas condições em nome de ter a “certeza” de um local de trabalho.

Por isso, quando Mel e os outros minions voltam para Gru, temos a voz social do trabalho romantizado em cena, porque os minions voltaram não porque Gru voltou a ser vilão (como reivindicado), ou ofereceu um aumento salarial (como também reivindicado), mas porque eles viram naquele chefe-patrão, dentre as poucas possibilidades existentes, uma forma de continuarem existindo enquanto trabalhadores-servos, que teve, na recordação dos momentos fraternos (o *flashback* de Mel), a expressão máxima para a reconciliação.

Explicado a maneira pela qual Gru e minions se relacionam, desde o primeiro filme (2010) até o último (2017), podemos pensar em como essas questões de sujeitos estão de tal forma arquitetadas e revelam uma valoração acerca do grupo social ao qual cada sujeito está filiado. Os sujeitos ocupam posições diferentes dentro da sociedade na qual estão inseridos, como discutimos de acordo com o pensamento bakhtiniano, em que cada sujeito tem o seu lugar definido no evento único do existir. Contudo, além dessa posição do sujeito, que está voltada para o seu ato responsável (BAKHTIN, 2010) e com o seu não-álibi na existência, também

⁷⁹ O ato de romantizar consiste em colocar um sentimento positivo, de cunho emocional, em algo negativo, até como vias de justificação e suavização de uma situação.

existem as posições sociais dentro da sociedade, que denominamos como grupos sociais. Isto é, o grupo social dos minions é diferente do de Gru, isso porque ambos, se pensamos na sociedade capitalista, de acordo com Marx, fazem parte de um sistema de classes.

Com isso, pensamos em Gru como um sujeito no topo da pirâmide social, pois ele é quem detém os meios de produção – ele é o vilão, o chefe-patrão, o malvado favorito que tem um laboratório repleto de tecnologias possíveis para a realização de seus feitos. Os minions, por sua vez, são os que não possuem os meios de produção, mas são os sujeitos que possuem a força de trabalho, pois são eles que utilizam os meios de produção do Gru e, assim, fazem com que ele seja o maior e o melhor no segmento dele. Em uma leitura de nossa sociedade, Gru é o burguês, detentor das condições de produção para que o sistema produza, ao passo em que os minions são os proletários, a mão de obra que utiliza os instrumentos de trabalho do burguês.

Dessa forma, embora haja o convívio entre os dois grupos sociais na evolução narrativa da obra, a distinção entre as classes as quais ambos pertencem é perceptível e marcada ao longo do enunciado pelas posições que os dois grupos ocupam e que os distinguem. Como já apontamos anteriormente, os minions se colocam, desde a sua gênese, como servos (inclusive, como objetivo de vida), contudo, enquanto um grupo social de mesma categoria, os minions não se comportam como tal, uma vez que há uma ausência de consciência de classe social marcante entre eles. Os trabalhadores minions são um grupo expressivo, contudo, diante da alienação, não tem consciência de si, da sua própria força enquanto grupo. Para Marx (2008 [1982]), é o trabalho que aliena os sujeitos. Ele diz:

O trabalho não produz somente mercadorias; ele produz a si mesmo e ao trabalhador como uma *mercadoria* [...].

Este fato nada mais exprime, senão: o objeto (*Gegenstand*) que o trabalho produz, o seu produto, se lhe defronta como um *ser estranho*, como um poder independente do produtor (MARX, 2008 [1982], p. 80 – grifos do autor).

Isso, tomado no contexto de ambientação dos filmes, mostra como os minions não só são alienados em relação ao seu próprio grupo, como também têm, na vilania, uma relação de estranheza, porque o produto de seu trabalho, a elaboração dos planos em termos de força de trabalho e de mão de obra de Gru são, para eles, estranhos, na medida em que não desfrutam das conquistas e méritos, como já discutimos anteriormente acerca da distinção construída no discurso de Gru entre o uso dos pronomes “nós” e “eu”. Portanto, é o trabalho que não deixa os minions terem percepção do todo que os coisifica e os transforma em trabalhadores de produção fordista que não se dão conta de sua força. Ao contrário, essa separação, essa estranheza gerada

pelo trabalho é o que permite com que Gru se mantenha, mesmo com a sua decadência e mudança de profissão, como o chefe dos minions, o malvado favorito.

Ao invés de agirem como um grupo unido, os minions se separam, competem entre si, são sadomasoquistas e tentam mostrar, para Gru, o patrão-chefe, quem é mais servo do que o outro. Nesse sentido, a falta de consciência de classe é o que motiva os embates dentro do próprio grupo, sem se aperceberem, então, que o grupo ao qual eles deveriam se rebelar (pelas condições de trabalho abusivas) é o de Gru, o vilão explorador que possui os meios de produção e mantém as diferenças entre eles. Assim, podemos pensar no que Bakhtin diz sobre as forças centrípetas e centrífugas, atuantes nos grupos sociais. Segundo Faraco (2009, p. 70), Bakhtin apresenta uma concepção axiologicamente estratificada da linguagem e da sua dialogização, em que ocorre uma luta social entre as diferentes “verdades sociais”, assim chamada pelo autor. Contudo, é importante observar que não há uma síntese nem superação desses jogos de poder, de forma que eles coexistem, porque são partes de um processo dialógico.

Assim, pensa-se nas forças centrífugas como as que “[...] corroem continuamente todos os esforços de centralização discursiva” (FARACO, 2009, p. 70), sendo o riso e a carnavalização formas de expressão. Por sua vez, as forças centrípetas atuam como monologizantes, em que “[...] a classe dominante tenta tornar monovalente o signo [...]” (FARACO, 2009, p. 71). Dessa forma, pensamos nos minions enquanto um grupo social não-dominante (porque não são eles que estão no topo da pirâmide social) que se apropria do discurso dominante, isto é, do Gru, e, dessa forma, deixam com que as forças centrípetas dispersem a união do grupo enquanto classe social e, assim, impere o sentimento de falta de consciência de classe. Portanto, vemos, nos minions, uma apropriação do discurso dominante que ignora as questões de classe em prol do vilão a quem servem, sem se darem conta, entretanto, do processo de alienação ao qual são submetidos para que cheguem no estágio de competição e desentendimento entre si.

O que é importante observar é a dominância da classe à qual Gru está vinculado que, não necessariamente, está preocupado em sair desse local privilegiado que é o de grupo dominante. A exploração dos minions, feita por Gru, é nítida se acompanharmos os filmes como uma evolução da própria relação existente entre esses sujeitos, que desde o primeiro enunciado até o último, se colocam em posições dicotomicamente opostas e os minions, pela sua gênese, em um processo de alienação, não se dão conta da sua condição de exploração, uma vez que não deixam de ser explorados. Não se apercebem, dessa forma, que por serem milhares e agirem massivamente, para o Gru, eles são substituíveis. Por outro lado, Gru, para os minions, não é substituível, uma vez que eles dedicam todos os seus esforços para torná-lo o maior e melhor,

depois de muito procurarem por um vilão, como acompanhamos na obra *Minions* (2015). Mesmo mesmo quando os minions demitem Gru, eles é que mudam de ideia e voltam atrás de Gru, não o contrário.

Por não se reconhecerem como explorados, os minions não se revoltam e atacam Gru, ao contrário, atacam-se entre si (as forças centrípetas dentro do mesmo grupo social), como se o “inimigo” estivesse presente dentro do próprio grupo, não em um grupo distinto e, no caso, superior ao deles, na pirâmide social, como é o caso de Gru. Desse modo, os minions não se apercebem da possibilidade de não serem explorados como são e, por isso, perpetuam essa condição submetendo-se às mais diferentes formas de exploração impostas a eles por meio do Gru. Sem a consciência de classe, o patrão explorador Gru pode consolidar o seu caminho como o maior e melhor vilão, pois existem, na mão de obra trabalhadora, os minions que o sustentam e são os verdadeiros responsáveis pelo sucesso do vilão.

Justamente pela ausência de consciência de classe é o que minions não são capazes de se mobilizarem para transformar a sua realidade – por um lado porque eles não possuem essa característica de “libertação” (já que a sua gênese é a da servidão) e, por outro, porque estão mais preocupados em competir entre si pela aprovação do Gru (massividade) do que pelo bem comum do grupo social ao qual pertencem (coletividade). Essa alienação de si e do outro perpassa o aspecto da mais-valia, em que os minions não têm consciência de que o valor simbólico de sua servidão (o seu trabalho) e o valor monetário de sua servidão estão em uma situação de desigualdade, como já apontado anteriormente, isto é, quando um dos minions sugere um aumento salarial e Gru ignora seu pedido. Dessa forma, há uma diferença entre o valor do trabalho dos minions e o que eles realmente recebem, visto que não trabalham só no laboratório, mas desempenham outras funções na vida de Gru, também apontado anteriormente.

Essa desigualdade, em termos de valor simbólico (mão de obra) e valor monetário (pagamento), é o que gera a exploração. Essa exploração, portanto, nos faz pensar em Gru como o patrão explorador, o malvado favorito, sem que os minions, necessariamente, se deem conta desse processo, porque estão, dentro do grupo social que os une, desunidos e subdivididos em outros grupos, o que é caracterizado como a ausência da consciência de classe. Bakhtin (2010) diz que o sujeito é responsável por seus atos, de forma que não pode recorrer ao alibi de sua existência, sendo assim, Gru é responsável pela exploração que os minions são submetidos, mesmo que eles se coloquem nessa posição, porque poderiam ser, sim, servos (já que isso faz parte da sua gênese e condição de existência) e, ao mesmo tempo, serem reconhecidos e remunerados pelo seu trabalho – que vai além do trabalho laboratorial. Assim é que a mais-valia opera, sendo os minions servos não só de uma função específica, mas de muitas outras.

Quem lucra com isso é Gru, porque os minions deixam de receber pelas diferentes funções desempenhadas e recebem somente por uma.

A nossa reflexão acerca dos sujeitos minions e Gru, no âmbito do filme, é consonante com o pensamento de Leite (2003) acerca do cinema ser um manipulador da realidade. A reflexão do autor vai em direção aos filmes que são fontes ricas para a compreensão de como as superestruturas ideológicas utilizam o poder de difusão de ideias e comportamentos presentes nos meios de comunicação para construir e manipular fatos, acontecimentos, conjunturas e estruturas (p. 5). Nesse sentido, não acreditamos que haja uma relação tão simplista como essa, como se o público consumidor não fosse portador de uma capacidade crítica. Contudo, pensamos, em consonância com o autor, que “[...] o cinema é capaz de, ao mesmo tempo, imprimir formas, forjar e maquinar situações e contribuir para o funcionamento de um conjunto de idéias e crenças” (LEITE, 2003, p. 6). Isso, conforme discutimos anteriormente, é uma das facetas da imbricação de arte e vida – a existência de um decorre da existência do outro, no sentido em que os conteúdos temáticos da arte não são abstratos e alheios ao funcionamento social.

A “manipulação” da realidade da qual falamos não é em caráter de ausência de capacidade crítica do público consumidor, enquanto sujeitos ativos que escolhem consumir aquele tipo de produto, mas é no sentido de que, ao veicular determinados temas, como o do trabalho, por exemplo, o faz da sua ótica, do ponto de vista ideológico da superestrutura e, assim, é possível que por meio de um infantil, por exemplo, vejamos um discurso romantizado sobre más condições de trabalho em uma sociedade que se depara, cotidianamente, com o desemprego e as flexibilidades das leis trabalhistas. Desse modo, os minions, ao abandonarem Gru, em *Meu Malvado Favorito* (2013), tornam-se ingratos por todo o acolhimento que desempenhou com eles (a visão de *flashback* de Mel), motivados pela ausência de um chefe a quem possam servir fielmente, eles retornam.

Vejamos que, durante o período em que estiveram na prisão, os minions foram chefes naquele tempo-espaco, contudo, não é isso que eles almejam: eles querem um mestre a quem possam servir, eles não querem ser o mestre. Eles não possuem os atributos para serem chefes, mas para serem os trabalhadores-capangas que estão abaixo (mas acham que estão ao lado) do mestre mais perverso que podem servir.

Stam (1992, p. 62 – grifos do autor) diz que “para Bakhtin, o embate ideológico localiza-se no centro vivo do discurso, seja na forma de um *texto artístico*, seja como intercâmbio cotidiano de linguagem”, o que, para nós, revela como arte e vida estão interligadas e, assim, decorre compreender a vida por meio da arte (o texto artístico, que toma forma como livro,

filme, canção, peça teatral, dentre tantas outras possibilidades). O enunciado estético, o filme, por exemplo, é uma das formas possíveis de visualizar o embate ideológico, ao que Stam conclui:

Na vida social do enunciado (seja ela uma frase proferida verbalmente, um texto literário, um filme, uma propaganda ou um desfile de escola de samba), cada “palavra” é dirigida a um interlocutor específico numa situação específica, palavra esta sujeita a pronúncias, entonações e alusões distintas (STAM, 1992, p. 62).

Assim, a forma como um determinado enunciado será compreendido pelos sujeitos é variável (porque as valorações também o são), mas nenhuma delas deixa de conceber o enunciado ao que tange à sua vida social e que mantém a linguagem viva. Pensar a vida do enunciado é, de certa maneira, pensar a cultura em que esses sujeitos estão inseridos – sujeitos consumidores e produtores ativos, tais como os envolvidos na criação de uma determinada obra. Por isso, compreendemos que os diretores, roteiristas e produtores, alçados na linguagem cinematográfica, podem construir uma realidade social à sua maneira, valendo-se da matéria poética da vida – o que gera o sentimento do cinema como “manipulador”, porque veicula um recorte da realidade, de acordo com as valorações dos autores-criadores. Leite defende que

[...] existe uma cultura veiculada pela mídia. As suas imagens, sons e espetáculos contribuem para tecer as teias que envolvem a vida cotidiana, exercendo enorme poder e controle sobre o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo materiais que forjam identidades” (LEITE, 2003, p. 7).

As relações existentes entre os minions e o Gru são semioses de relações reais, da vida, de modo que, ao ganharem as telas de cinema, cria-se uma nova forma de relacionamento com esse tipo de tema, sendo que a cultura da mídia é o que fornece o material para que os sujeitos (enquanto público consumidor) construam seu senso de classe e de identidade (LEITE, 2003, p. 7), com o objetivo de atingir grandes públicos, grandes audiências e se consolidar como um grande mercado, porém, para tanto, precisa ser atual e contemporâneo ao público. Dessa forma, o autor explica: “A partir dos pressupostos dos teóricos da Escola de Frankfurt, sustenta-se que a cultura da mídia é industrial e desta forma; organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos, segundo fórmulas, códigos e normas convencionais” (LEITE, 2003, p. 7).

Por isso, ao explicarmos a constituição artística de minions e de Gru é que compreendemos, dentro da “febre amarela ‘minions’”, algumas reacentuações geradas,

principalmente, pelo signo “minions”, que se voltou- até à esfera político-midiática. As imagens de sujeito presentes na franquias são construídas visando um público em potencial, que também é massivo (assim como as produções de Hollywood, no geral, o são) e, por meio disso, ao seguirem modelos convencionais presentes em nossa sociedade (sociedades capitalistas, como um todo), tornam-se sucesso de vendas porque falam a sujeitos que veem, nas telas, o que eles são, na vida. Minions e Gru existem, cada qual a sua maneira, fora da esfera artística: na vida. Tal situação tem fundamento porque vemos, no contexto político do Brasil de 2018 em diante, a denominação de sujeitos como (bolso)minions – e isso não é criado ao acaso, mas com base em toda a discussão gerada anteriormente por meio de um projeto de dizer fílmico que retrata sujeitos dessa forma.

Com essas ideias de consumo e de identidade, antecipamos a nossa próxima reflexão que consistirá a segunda parte de nossa análise, presente no tópico seguinte. Pensaremos em como os minions saem das telas de cinema e ganham a sociedade no sentido de propiciarem um consumo identitário com os modelos que são veiculados no cinema, mas além, nas propagandas e outras formas de existência publicitária. Acreditamos, de acordo com Leite (2003, p. 8), “[...] que o cinema é uma das fontes mais ricas para a compreensão da sociedade”, não só pelas imagens veiculadas pelas personagens, que semiotizam a vida, mas também pelo modo como o cinema possibilitou que a cultura da convergência se instaurasse em nossa sociedade, sendo, hoje, uma forma sólida que as mídias encontraram de existir no conglomerado de informações existentes.

Não é possível pensar, segundo Leite (2003, p. 8), em uma neutralidade e objetividade em relação à sociedade que produziu um determinado filme, pois o cinema é tido como um instrumento de propagação de ideias, valores e diferentes visões de mundo, de modo que podemos observar, como fizemos nesse tópico, as relações existentes entre os sujeitos. O modelo de classes, mais-valia e exploração, por exemplo, são temas presentes na sociedade capitalista em que vivemos, de modo que os minions e o Gru semiotizam, em uma outra instância, essas relações de trabalho e, vivendo na sociedade em que vivemos, estamos todos submetidos, em maior ou menor grau, de maneira mais perceptível ou não.

Buscamos compreender, além de demonstrar, por meio da análise de cenas (fotogramas que revelam a disposição dos sujeitos em cena, diálogos, cores e trilha sonora), a inversão de valores que ocorre no âmbito da produção e circulação dos filmes. A produção nasce da vida, busca no social a matéria poética e se torna um filme animado e, nesse formato, volta para a vida como a inspiração (modelo) de que há sujeitos que são assim, como os minions e o Gru, na vida, porque os grupos sociais aos quais esses sujeitos pertencem, no filme, são ecos de

grupos sociais “reais”, trabalhadores-empregados e patrões-chefes que vivem uma relação trabalhista de desigualdade, injustiça e exploração – sem que haja, contudo, uma reflexão sobre como e por que isso ocorre.

3.2 Sujeitos e consumo: as produções e os produtos da indústria cultural

Adorno e Horkheimer, membros da Escola de Frankfurt, cunharam o termo “indústria cultural” como referência à situação da arte na sociedade capitalista industrial. Dessa forma, pensamos no cinema (uma vez que o nosso *corpus* é composto de quatro filmes) como parte constituinte dessa indústria cultural, junto com outros veículos midiáticos, como o rádio e a televisão, por exemplo. Como resultado, essa indústria cultural gera uma padronização em seus produtos, o que é resultado de um modelo de arte voltado mais para os negócios do que para a arte em si mesma (ADORNO, 2002). Os pensadores da Escola de Frankfurt viam, na produção da arte em larga escala, uma banalização, visto que o público consumidor não possuía senso crítico e se tornava, dessa forma, um público consumidor massivo de mercadorias decorrentes dos veículos midiáticos. Dessa forma, os autores defendiam a perda do valor da obra de arte dentro dessa indústria cultural. Faziam uma distinção entre o que é “arte” e o que é “indústria cultural”, como instâncias dicotômicas, pois consideravam a arte como autônoma, ao passo que a indústria cultural se voltaria para a apreciação mediana, portanto, massiva. Desse modo, a indústria cultural estaria voltada para a produção em massa de bens culturais, com vistas ao consumo massivo e geração de lucro em cima desse sistema.

O pensamento da Escola de Frankfurt nos é caro para pensarmos as questões que tangem à indústria cultural, contudo, não com um olhar negativo acerca do massivo, mas com o olhar de compreensão sobre essa massificação em nossa sociedade atual, ao passo em que nos propomos a analisar, como marcado no título de nosso estudo, a “febre amarela ‘minions’” como um fenômeno transmidiático, isto é, que ultrapassou os limites das telas de cinemas e ganhou a sociedade nas mais diferentes formas de produções e produtos, conforme já antecipamos no capítulo 1. Portanto, não entendemos o cinema como uma descaracterização e banalização da arte, mas sim como um modelo de (re)produção de valorações socioideológicas, de modo que o massivo é um fator importante para que uma obra chegue nos mais diferentes e mais variados lugares. Assim, com base no pensamento bakhtiniano, o cinema não é um mero criador e reproduzidor de valorações, tendo como seu público consumidores passivos inativos, que só recebem tudo o que é produzido e não geram nenhuma resposta acerca do que consomem.

Ao contrário, pensamos nesse movimento como algo vivo – dialógico. O sujeito consumidor é, para o cinema e para as diferentes superestruturas ideológicas que compõem a indústria cultural, uma espécie de “termômetro” que indica o nível de sucesso (ou não) de determinada produção. Os minions, como nosso estudo visa mostrar, são indicadores de sucesso e se consolidaram, em nossa sociedade, devido à alta adesão (recepção e circulação) que teve pelos sujeitos consumidores. Do contrário, não veríamos, até hoje, os minions nas gôndolas de mercados e araras de roupas de lojas, se considerarmos que o último filme esteve nas telas de cinema em junho de 2017. Dois anos depois, em 2019, ainda podemos encontrá-los, facilmente, circulando por algum lugar.

Stam (1992, p. 13) diz que “a elocução artística é uma interlocução, um meio-termo entre o texto e um leitor cuja compreensão receptiva é buscada e antecipada, e de quem o texto depende para a sua caracterização”. Desse modo, não estamos de acordo com o pensamento de Adorno e Horkheimer sobre os sujeitos serem receptores passivos. Ao contrário, pensando a questão do consumo (da recepção e da circulação social do enunciado – o filme no cinema, por exemplo) a partir de uma leitura bakhtiniana, temos o sujeito como ativo na relação criada entre o enunciado e o solo social, o que perpassa, inevitavelmente, o consumo e a indústria cultural como um todo. Prosseguindo, Stam diz que Bakhtin (assim como a teoria da recepção, em oposição ao formalismo) postula leitores reais e ativos, com a especificidade de Bakhtin dar “[...] uma densidade social mais específica aos leitores ‘virtuais’, ‘implícitos’ e ‘ideais’ da teoria da recepção, munindo-os de um endereço concreto, um nome, um gênero, uma classe, uma nação” (STAM, 1992, p. 13).

Ao conceber leitores ativos de uma obra, Bakhtin não dá margem para a neutralidade tampouco para a objetividade, de modo que as suas visões de mundo, ao consumirem uma obra, aparecem na relação entre esses sujeitos e os enunciados consumidos (obras). Isso retorna para a indústria cultural como forma de indicador de sucesso ou fracasso, acarretando em maior ou menor investimento a respeito de uma franquia, de uma personagem, de um tema etc. Por isso, defendemos a ideia de “febre amarela ‘minions’” ao falar sobre o nosso *corpus*, pois a experiência com os filmes não se limitou somente ao cinema, mas circulou e continua circulando autonomamente, o que é resultado de uma relação entre consumidores e consumo (ativos).

A questão da indústria cultural, além de vista sob a ótica de Adorno e Horkheimer (não em concordância, mas como idealizadores do termo) e, também, de Stam (que se dedicou ao estudo do cinema, em específico), trazemos a ideia de interação de Bakhtin, de sujeitos “eu” e “outro” que se relacionam e, assim, exotopicamente, cada qual contribui para uma forma de

estar e se fazer presente culturalmente, com a sua existência – e isso tem, de certa maneira, uma relação com a indústria cultural, ao que tange à questão de processo e produto de bens culturais e consumo. De acordo com Paglione (2019):

Em sua interdependência, dialético-dialógica, o sujeito é integrante da cultura, ao mesmo tempo em que a cultura é formada pelos atos dos sujeitos. Em meio a ela, os valores culturais somente são válidos na medida em que são afirmados pela consciência viva individual. A consciência precisa afirmar os valores culturais para si mesma, reconhecê-los responsabilmente em relação a si, para que os mesmos não se tornem abstratos e universais. Ao mesmo tempo, os valores culturais são criados por meio da junção histórica e social dos valores de sujeitos que compõem um grupo (PAGLIONE, 2019, p. 142).

Temos uma ideia de cultura (para pensar a indústria cultural), portanto, que não perpassa a passividade do sujeito, mas que o coloca como central, pois é integrante da cultura e, enquanto sujeito, precisa afirmar os valores que são resultados dessa junção histórico-social. Pajeú e Miotello (2018), também pensando sobre a questão da cultura para o Círculo de Bakhtin, defendem que ela deve ser vista sob a perspectiva da alteridade e das relações dialógicas:

Assim, a cultura é o lugar da diferença, da identidade que se constrói pela alteridade [...]. Pela diferença o sujeito reconhece o outro, percebe aquilo que ele vivencia; apreende, sobretudo, o horizonte social que evidencia as lacunas que só são visíveis do seu lugar, as fissuras que só podem ser preenchidas pela alteridade. É a cultura na interação com a vida, com todos os seus fenômenos associados, que vai permitir tal preenchimento pela linguagem (PAJEÚ; MIOTELLO, 2018, p. 779).

Aqui, pensamos em cultura, sujeito e linguagem, pois essas instâncias, em interação, trazem o ato responsável dos sujeitos diante do mundo e não abrem margem para o alibi na existência, mas colocam os sujeitos como participantes ativos da/na existência. Os sujeitos “eu” e “outro”, quando em relação de alteridade, valoram o mundo à sua maneira, em embate dialógico, confrontando sua(s) existência(s) com outra(s) e, assim, inserindo-se cultural, histórica e socialmente no mundo por meio de seus enunciados. Se o sujeito assim se coloca diante do mundo, de seus “outros”, não podemos pensá-lo como um sujeito neutro, sem valorações que o perpassam, pois, assim, estaríamos retirando toda a sua responsabilidade e responsividade social, de modo que não pensaríamos em um sujeito bakhtiniano, tal como temos defendido ao longo do trabalho.

Assim, defendemos a nossa posição de que o consumo não é passivo, tampouco o consumidor o é – enquanto sujeito. Mesmo uma ação massificada revela, ainda assim, um

posicionamento do sujeito que, por meio do olhar exotópico, é capaz de olhar para si e para os processos de massificação que o envolvem. Se há uma adesão maior por um produto e/ou tema específico, as produções serão direcionadas para esse produto e/ou tema. Claro que, nesse sentido, há a questão do lucro e do capital que giram em torno dessas produções e produtos – e que são o verdadeiro interesse da indústria cultural – porém, é impossível pensar que os sujeitos consomem somente o que é “imposto” pela indústria, sem que as suas demandas sejam ouvidas, de alguma forma. O sujeito, em interação no e com o mundo, posiciona-se e tem, por meio de sua existência, a sua forma de se portar frente à realidade da qual ele participa – e isso isenta-o de uma “ausência de criticidade” diante de valores culturais. Pensar, portanto, na cultura, é compreender que ela

[...] nasce na vivacidade do cotidiano, nas entranhas dos embates entre a infra e a superestrutura, na tensão entre o hegemônico e o marginalizado e se embrenha por todas as dimensões da vida humana, pois ela está presente nas vozes e imagens que nos interpelam nas interações cotidianas (PAJEÚ; MIOTELLO, 2018, p. 779).

Volóchinov (2017 [1929]), ao tratar da ideologia oficial e ideologia do cotidiano, não deixa de pontuar o movimento dialógico existente entre essas duas instâncias que, aparentemente, estão separadas, mas que se alimentam uma da outra. O autor pensa no problema da infra e superestrutura, e em como a infraestrutura⁸⁰ determina a ideologia, já que a ideia de “causalidade” é refutada, pois insuficiente para explicar tal movimento. Para o autor, “[...] qualquer área ideológica é uma totalidade que reage com toda a sua composição à alteração da base” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 104), visto que a resposta deve considerar um processo de formação dialética de uma sociedade real que tem o seu início na base, segundo o autor, e termina na superestrutura. Dessa forma, podemos pensar na ideologia de caráter menos formal, cotidiano, como determinante para a incorporação pelo oficial, no caso, da indústria cultural enquanto superestrutura ideológica. Assim, o questionamento do autor é sobre como a existência real (chamada por ele de “base”) determina o signo e como esse signo reflete e refrata a existência em formação (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 106).

A resposta, enfim, está na palavra, que é o signo ideológico por excelência, segundo o autor. A superestrutura é o local em que as ideologias do cotidiano ganham oficialidade, pois

⁸⁰ Na versão da obra *Marxismo e filosofia da linguagem* utilizada por nós (Volóchinov, 2017 [1929]), as autoras optaram pelo termo “base” no lugar de infraestrutura, como contava em edições anteriores. Contudo, a nossa escolha é a de mantermos o termo como na versão anterior, fazendo uso do termo “base” quando em referência direta a trechos da obra em sua última versão.

reassignificam as relações sociais de caráter informal. Faraco (2009, p. 45-6), a respeito desse tema, diz que Volóchinov, em *Marxismo e filosofia da linguagem*, apresenta a tese de que “[...] os enunciados do cotidiano e os enunciados artísticos têm um chão comum – estão ambos no interior da grande corrente da comunicação sociocultural e têm ambos uma dimensão axiológico-social em sua significação”. Desse modo, conceber a ideia de diálogo entre as duas esferas não é distante, mas necessária para que tratemos a linguagem do ponto de vista do jogo de forças discursivas.

Volóchinov diz que a palavra, enquanto um signo ideológico por excelência, é o que permite a sua onipresença social, adequando-se, participando e indicando as transformações que ocorrem no interior do signo, sendo parte de toda interação e todo contato entre as pessoas (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 106). Diz, ainda, que: “Na palavra se realizam os inúmeros fios ideológicos que penetram todas as áreas da comunicação social. É bastante óbvio que a palavra será o *indicador* mais sensível das *mudanças sociais*” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 106 – grifos do autor), o que nos faz pensar em como a ideologia cotidiana é parte constitutiva da ideologia oficial e, por isso, não podemos pensar só em um comportamento massivo, no sentido de ausente de criticidade, automático e padronizado por parte dos consumidores. Há de se considerar, também, as tentativas de ruptura com esse padrão. Se pensássemos dessa forma não seria possível ver, na teoria bakhtiniana, o diálogo que mantém viva essas duas instâncias distintas e mutuamente complementares e que atuam no jogo das forças discursivas – centrípetas e centrífugas.

Portanto, se uma obra atinge de maneira massiva não é sinônimo de alienação e falta de capacidade crítica do público, como situações correlatas. Se compreendemos o sujeito como responsável e responsivo ao mundo que o cerca, os filmes não lhe são exteriores, mas parte integrante dessa responsabilidade ética, já que as respostas geradas no cotidiano, na infraestrutura, são consideradas no processo de produção da superestrutura, já que os bens materiais, simbólicos e físicos são formas incorporadas pela indústria cultural que vê, nesse tipo de consumo, por outro lado, uma obtenção de lucro seriado mediante as demandas do público consumidor, que tem, na forma de produtos, os seus “desejos” respondidos.

Assim é que pensamos, em consonância com o Círculo de Bakhtin, no cinema e na indústria cultural, como um todo, a partir de sua realidade social, e nos sujeitos como parte significativa da produção das valorações que estão presentes em todos os produtos, desde o filme exibido nas telas de cinemas até outros produtos simbólicos, como páginas de *Facebook*, conforme discorreremos melhor no próximo tópico. As relações cotidianas, de caráter mais informal, dialogam com as relações oficiais e são, por elas, apreendidas de tal forma que viram

pautas de suas criações, destinadas a um público em específico, com um acabamento formal específico. Assim é que ganham as telas de cinemas, as prateleiras das lojas, outras telas e as mais variadas configurações que podemos observar ao nosso redor. Assim, chegamos à cultura da convergência, definida por Jenkins (2009, p. 29): “[...] cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”, acrescentado de “[...] onde o poder do produtor e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2009, p. 343).

Tal concepção se assemelha à nossa reflexão acerca do pensamento bakhtiniano sobre ideologia oficial (superestrutura) e ideologia do cotidiano (infraestrutura) para pensar nas mídias corporativas e alternativas, respectivamente. Isso se deve pela configuração de nossa sociedade, em que as tecnologias permeiam as nossas relações nos mais diferentes níveis e, assim, possibilitam que outros tipos de interação surjam, inclusive, o tipo de relação em que o alternativo esteja em diálogo com o corporativo, em uma relação de embate valorativo.

Por isso, defendemos a noção de que o sujeito é responsivo e responsável ao mundo que o cerca, de forma que não é possível eximi-lo de seu lugar ético no evento único do existir, uma vez que, atualmente, pensamos em um sujeito conectado aos mais diferentes tipos de tecnologia, ouvindo e se fazendo ouvir por outros sujeitos. Segundo o autor,

A convergência ocorre dentro dos nossos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossas vidas cotidianas (JENKINS, 2009, p. 30).

A respeito do fenômeno transmidiático, comum a esse momento que temos vivido, em que a experiência se estende para além das telas de cinema, ganhando espaço nas casas e na vida do público, em geral, mediante a aquisição dos mais diferentes tipos de produtos, Jenkins (2009, p. 167) diz que “o modelo transmídia está intimamente ligado às grandes mudanças no modo como a indústria televisiva americana encara seus consumidores – distanciando-se de um modelo baseado em hora marcada para um paradigma com base na televisão de envolvimento”. Dessa forma, podemos pensar que as mudanças nas superestruturas ideológicas modificam os sujeitos e suas relações, de maneira mais ou menos direta, porque antes não se pensava em um envolvimento relacionado ao consumo como se tem pensando nesse momento de convergência. Ainda, Jenkins (2009) defende que

[...] há fortes motivações econômicas por trás da narrativa transmídia. A convergência das mídias torna inevitável o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia. [...] Tudo sobre a estrutura da moderna indústria do entretenimento foi planejado com uma única ideia em mente – a construção e expansão de franquias de entretenimento. [...] há um forte interesse em integrar entretenimento e marketing, em criar fortes ligações emocionais e usá-las para aumentar as vendas (JENKINS, 2009, p. 148).

Assim, chegamos nos produtos e produções da franquia *Meu Malvado Favorito*, definida por Jenkins, a ideia de franquia é uma “[...] operação coordenada para imprimir uma marca e um mercado a um conteúdo ficcional, no contexto dos conglomerados de mídia” (JENKINS, 2009, p. 381). Dessa forma, a nossa hipótese de que os minions se transformaram em uma “febre amarela” e estão em todos os lugares imagináveis é confirmada se olhamos para a recepção e circulação dos filmes no contexto brasileiro (mas não somente). A figura amarela dos minions é estampada nos mais diferentes tipos de produções e produtos, mesmo depois de passado o período de lançamento do filme, de modo que se mantém presente no imaginário dos sujeitos, consolidando-se como um conteúdo ficcional coordenado em termos de marca e mercado, porque é possível observá-los nos mais diferentes segmentos mercadológicos, não só no infantil, como poderia se imaginar, visto que são personagens de animação infantil. Os minions extrapolam essas limitações e atingem massivamente.

Um dado importante, trazido por Leite (2003, p. 35), é o da expansão da indústria cinematográfica norte-americana que se intensificou logo após a Primeira Guerra Mundial, quando os filmes hollywoodianos se universalizaram e a sua produção começou a ser visada para o mercado mundial. Prosseguindo, o autor diz que “a consolidação incontestável das películas norte-americanas se explica fundamentalmente por suas bases estritamente industriais, estabelecidas no *studio system*” (LEITE, 2003, p. 36), sendo que esse sistema marcou o fim do cinema artesanal e o início da “internacionalização do filme”, de modo que a sua organização visava a maximização dos lucros. Por fim, o autor ressalta que “O *studio system* assinalou a fase em que o filme se tornou mercadoria e o cinema, indústria” (LEITE, 2003, p. 36).

Com esses dados, pensamos em como a era da convergência, tal como pensada hoje, em que os mercados oficiais e alternativos coexistem, possibilitada pelas formas com a qual a sociedade tem se organizado, é fruto desse tipo de universalização, mercantilização e maximização do capital, que visa atingir os mais diferentes públicos nos mais diferentes lugares. Portanto, o movimento de produção, recepção e circulação (com foco nos dois últimos) nos é caro para a compreensão do que se entende, hoje, pelo sucesso de uma obra, de uma

franquia e/ou de um determinado tema, como o caso dos minions, que não se restringem aos Estados Unidos, local de nascimento, mas conquistam o mundo, inclusive em lugares antes proibidos⁸¹, de forma que se tornam universalmente (re)conhecidos.

Observamos, então, o movimento que os minions criaram nas mais diferentes esferas da sociedade. Esse movimento, contudo, não foi fundado pelo fenômeno minions, de modo que eles se aproveitaram de algo já existente na sociedade e, assim, se fixaram (e tem se fixado) como personagens célebres da animação que atingem tanto o público infantil quanto outros tipos de público (como é o caso do Mickey, das princesas Disney, os super-heróis da *Marvel* e DC, dentre outros que já se consolidaram no imaginário coletivo e tornaram-se atemporais). Algumas dessas personagens são anteriores ao modelo da cultura da convergência, entretanto, é possível observarmos que os minions se beneficiam desse momento histórico, principalmente em termos de produção de conteúdo relativo à franquia. Segundo Jenkins (2009),

[...] a cultura da convergência é altamente produtiva: algumas ideias se espalham de cima para baixo, começando na mídia comercial e depois adotadas e apropriadas por uma série de público diferentes, à medida que se espalham por toda a cultura. Outras surgem de baixo para cima, a partir de vários pontos da cultura participativa, e são arrastadas para a cultura predominante, se as indústrias midiáticas vislumbrarem algum modo de lucrar com elas. O poder da mídia alternativa é que ela diversifica; o poder da mídia de radiodifusão é que ela amplifica (JENKINS, 2009, p. 341).

Como é possível observar, essa cultura é produtiva em vários sentidos: a produção de produtos de consumo (físicos e simbólicos) e a produção de lucro giram em torno do capital. Com a diferença, nesse ponto, de que não são, mais, as superestruturas ideológicas que se beneficiam desse tipo de produção. Como vimos no primeiro capítulo, os sujeitos produtores não se configuram só como aqueles detentores do licenciamento que torna o produto oficial. Ao contrário, sujeitos “informais”, dentro do cotidiano, aproveitam-se e reconhecem o fenômeno que os minions têm se transformado e se utilizam disso para gerar seu lucro pessoal que está ligado ao lucro das superestruturas, mas com retorno pessoal e não-oficial. A esse respeito, Jenkins (2009, p. 341) afirma: “O poder da participação vem não de destruir a cultura

⁸¹ A referência é à China, que tinha, até o ano de 2015, uma política de restrição de exibição de filmes hollywoodianos, de modo que *Meu Malvado Favorito* (2010) e *Meu Malvado Favorito 2* (2013) não foram lançados nos cinemas chineses, sendo *Minions* (2015) o primeiro filme a ser exibido nas salas de cinema do país. Contudo, a ausência dos filmes anteriores não impossibilitou que o filme de 2015 fosse recorde em bilheteria em seu final de semana de estreia no país, recorde de bilheteria, arrecadando, só no primeiro dia, U\$20,1 milhões. Referência completa em <<http://www.adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-115920/>>. Acesso em: 19/05/2019.

comercial, mas de reescrevê-la, modificá-la, corrigi-la, expandi-la, adicionando maior diversidade de pontos de vista, e então circulando-a novamente, de volta às mídias comerciais”.

Portanto, o que nos cabe ressaltar é o pensamento de que essas produções e esses produtos são atos de linguagem, por isso que nos é cara a análise de como eles são produzidos e circulam pela nossa sociedade, visto que são, como Volóchinov (2017 [1929], p. 147) diz, a “unidade do meio social” e a “unidade do acontecimento da comunicação social” que determinam, junto ao conjunto físico-psicofisiológico, o fato da língua-discurso (linguagem). É notável a importância que o social desempenha para as questões da linguagem, visto que só conseguimos observar sua manifestação diante de indivíduos socialmente organizados em uma mesma coletividade linguística, segundo o autor.

O caráter ideológico está presente em todos os enunciados, logo, as produções e os produtos, vindos da indústria cultural (ou não, quando pensamos em termos de não-licenciamento), são plenos de conteúdo axiológico. Faraco (2009, p. 47 – grifos do autor) diz que, para o Círculo, “[...] a significação dos enunciados tem sempre uma dimensão avaliativa, expressa sempre um posicionamento social valorativo. [...] qualquer enunciado é, na concepção do Círculo, *sempre ideológico*”. Com isso, não podemos pensar em neutralidade acerca das produções e dos produtos, uma vez que elas estão preñes de ideologia por responderem, de alguma forma, ao mundo, visto que a ideologia está presente em toda e qualquer manifestação superestrutural (como a arte, a ciência, a filosofia, o direito etc.) (FARACO, 2009, p. 46).

Grillo (2006, p. 146), ao pensar sobre a noção de esfera a partir dos escritos bakhtinianos, diz que “[...] a noção de esfera permeia a caracterização do enunciado e dos seus tipos estáveis, os gêneros, no que diz respeito ao seu tema, à sua relação com os elos precedentes (enunciados anteriores) e com os elos subsequentes (a atitude responsiva dos co-enunciadores)”. Com isso, podemos pensar em como enunciado e ideologia estão intimamente ligados, de modo que este não pode ser pensado como neutro pois é produzido e veiculado no interior de uma esfera que, segundo Bakhtin (2011a), está ligada ao uso da linguagem (e temos por linguagem um organismo vivo, em constante mudança). Desse modo, temos no tema, segundo a autora, a relação do enunciado com o objeto do sentido, sendo que o tema atribui “[...] uma apreensão delimitadora do objeto do sentido” e compõe “[...] uma expressão valorativa, uma vez que não há neutralidade no domínio do enunciado” (GRILLO, 2006, p. 146).

Assim, por estar ligado, de maneira passada e também futura, a outros enunciados, é que não podemos pensar em um enunciado isolado e apartado socialmente, pois ele se dá em alguma esfera de atividade humana e essas, por estarem relacionadas à linguagem, tampouco podem

ser neutras e isentas de valorações. Se pensamos na relação entre esferas (com seus aspectos midiáticos, cinematográficos, publicitários, econômicos, políticos etc.) temos o caráter ideológico perpassando todas essas esferas e relacionando, de maneira dialógica, o que está em diferentes esferas, criando, por meio de cada uma delas, sentidos diferentes. Grillo diz que

As esferas dão conta da realidade plural da atividade humana ao mesmo tempo que se assentam sobre o terreno comum da linguagem verbal humana. Essa diversidade é condicionadora do modo de apreensão e transmissão do discurso alheio, bem como da caracterização dos enunciados e de seus gêneros (GRILLO, 2006, p. 147).

Tomando o discurso alheio como base para a produção de um novo discurso é que o sujeito pode dar uma nova valoração, perpassando suas visões de mundo que, não necessariamente, estão em acordo com as do outro mas que, de algum modo, estabelecem com ele alguma relação dialógica, uma vez que perpassam pela mesma esfera ou pelo mesmo tema. Em consonância com o que temos demonstrado, com a diversidade dos enunciados e com as valorações deles decorrentes, Faraco (2009, p. 47) afirma que “[...] qualquer enunciado se dá na esfera de uma das ideologias (i. e., no interior de uma das áreas da atividade intelectual humana) e expressa sempre uma posição avaliativa (i. e., não há enunciado neutro)”.

Desse modo, tudo o que é ideológico possui um significado e, por possui-lo, trata-se de um signo (FARACO, 2009, p. 47), por isso falamos de signo ideológico quando tratamos da ideologia presente nos enunciados. Um produto é um signo ideológico porque carrega uma valoração no consumo e, mesmo que seja físico, há o consumo ideológico do que está presente no produto, podendo ser voltado a algum tipo de prestígio, por exemplo, por se consumir uma determinada configuração enunciativa e não outra.

Grillo (2006, p. 143), ao comentar o modo como Bakhtin compreendeu a obra de Dostoiévski, conclui que “[...] a obra literária, como produto ideológico, não é nem cópia do real nem criação, mas um modo próprio de refração da realidade social, segundo a lógica específica da esfera artística”. Desse modo, compreendendo não a obra literária, mas a franquia de filmes *Meu Malvado Favorito*, da qual os minions provêm, reforçamos o nosso pensamento de que eles, em específico, são reflexos e refrações sociais, uma vez que são provenientes do solo social (pois a arte semiotiza a vida) e para o solo social retornam e, mais uma vez, são refratados de acordo com os sujeitos que os consomem. O Gru, bem como as outras personagens, enquanto sujeitos, também são reflexos e refrações sociais, contudo, não é neles que nos detemos ao pensarmos sobre essa “febre amarela ‘minions’”, uma vez que é a imagem dos minions que está atrelada ao sucesso de vendagem.

O questionamento, portanto, está em compreender como os minions se destacam e saem do papel secundário que, antes, lhes fora atribuído. Ideologicamente, ao assistirmos um filme ou uma série, ao lermos um livro, por exemplo, colocamo-nos em situação de correlação com as personagens tidas como as “principais” daquela obra pois, sejam quais forem os motivos, estabelecemos projeções e ali nos vemos e nos encontramos enquanto sujeitos da/na arte. Não é comum a identificação com as personagens “secundárias” (embora aconteça), como os minions, ainda mais pela forma com a qual eles são representados: como classe operária, trabalhadores braçais, um em um milhão⁸², como já discutimos no tópico anterior.

Portanto, quando temos a identificação do público com os minions e não com o Gru é que isso é percebido, isto é, na recepção e na circulação dos filmes que, junto deles, trazem produtos de consumo culturais, físicos ou simbólicos, que revelam a figura de destaque daquela produção. Existir é consumir, em maior ou menor grau, produtos e ideias, pois estamos inseridos em um mundo globalizado, em que o capitalismo, por meio da indústria e do comércio, adquire o lucro por meio desse consumo feito pelos sujeitos. Morin inicia a sua obra *Cultura de massas no século XX: neurose* (1997) com a reflexão de que “no começo do século, o poder industrial estendeu-se por todo o globo terrestre” (MORIN, 1997, p. 13) e, embora o autor se refira ao início do século passado, essa ideia se expandiu cada vez mais e tomou (e toma) cada vez mais espaço em nossas existências. Segundo ele, ocorreu uma segunda colonização, a da alma humana, e uma segunda industrialização, a do espírito.

Isso significa dizer, segundo o autor, que ao longo do século XX, ocorreu um “[...] progresso ininterrupto da técnica [...] penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais” (MORIN, 1997, p. 13). Pensar a cultura, como temos feito, enquanto relação de alteridade entre os sujeitos bem como com o seu tempo-espaço de existência, leva-nos às ideias aqui apontadas pelo autor, de modo que ele defende a ideia de uma cultura de massa, por ele chamada de *mass culture* e que está diretamente relacionada à ideia de terceira cultura, que provém da imprensa, cinema, rádio e televisão. A caracterização de cultura de massa, dada por ele, é:

“[...] produzida segundo as normas maciças de fabricação industrial, propaganda pelas técnicas de difusão maciça [...]; destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém

⁸² Alguns produtos que levam o tema dos minions brincam com o enunciado, em inglês, “one in a million” (um em um milhão) como “one in a minion” (um em um minion). Pela sonoridade, ou seja, pelo vocal, temos a aproximação de “million” e “minion” que nos leva à ideia dos minions como milhão, multidão, imensidão. Ou seja, ser um “um em um minion” é ser um minion dentre tantos outros minions existentes.

e além das estruturas internas da sociedade (classes, família, etc.)” (MORIN, 1997, p. 14).

Assim sendo, relacionamos esse pensamento com às ideias do Círculo de Bakhtin sobre cultura e não pensamos a massificação, em termos de produtos e produções, como algo negativo, que tira a responsabilidade e a responsividade dos sujeitos que estão organizados socialmente sob essas condições, uma vez que não compreendemos os sujeitos e a sua forma de relação com a cultura e os produtos por ela produzidos como padronizadas. Pensaríamos, se fosse dessa forma, que o modo pelo qual eles acessariam os bens culturais seria o mesmo e isso não nos levaria à uma noção de “eu” em relação de alteridade com o “outro”, mas de vários “eus” em uma mesma e única relação com um só “outro”. Morin diz que

[...] há, de um lado, uma “cultura” que define, em relação à natureza, as qualidades propriamente *humanas* do ser biológico, chamado homem e, de outro lado, *culturas* particulares segundo as épocas e as sociedades.
[...] uma cultura constitui um corpo complexo de normas, símbolos, mitos e imagens que penetram o indivíduo em sua intimidade, estruturam os instintos, orientam as emoções. (1997, p. 15 – grifos do autor).

Portanto, o sujeito assimila, internamente, a cultura ao se colocar nessa relação de interioridade e exterioridade, isto é, de troca e constituição constante entre o que está fora e dentro do sujeito, processo móvel, fluído e dinâmico, porque estão em relação de sentido com tempos e espaços em específico. Morin ainda ressalta a importância de pensar a cultura de massa não como os intelectuais que a atiram nos “infernos infraculturais” (1997, p. 17), isto é, que a consideram como uma “mercadoria cultural feia, ordinária” (MORIN, 1997, p. 17), sendo que “tudo parece opor a cultura dos cultos à cultura de massa: qualidade à quantidade, criação à produção, espiritualidade ao materialismo, estética à mercadoria, elegância à grosseria, saber à ignorância” (MORIN, 1997, p. 18).

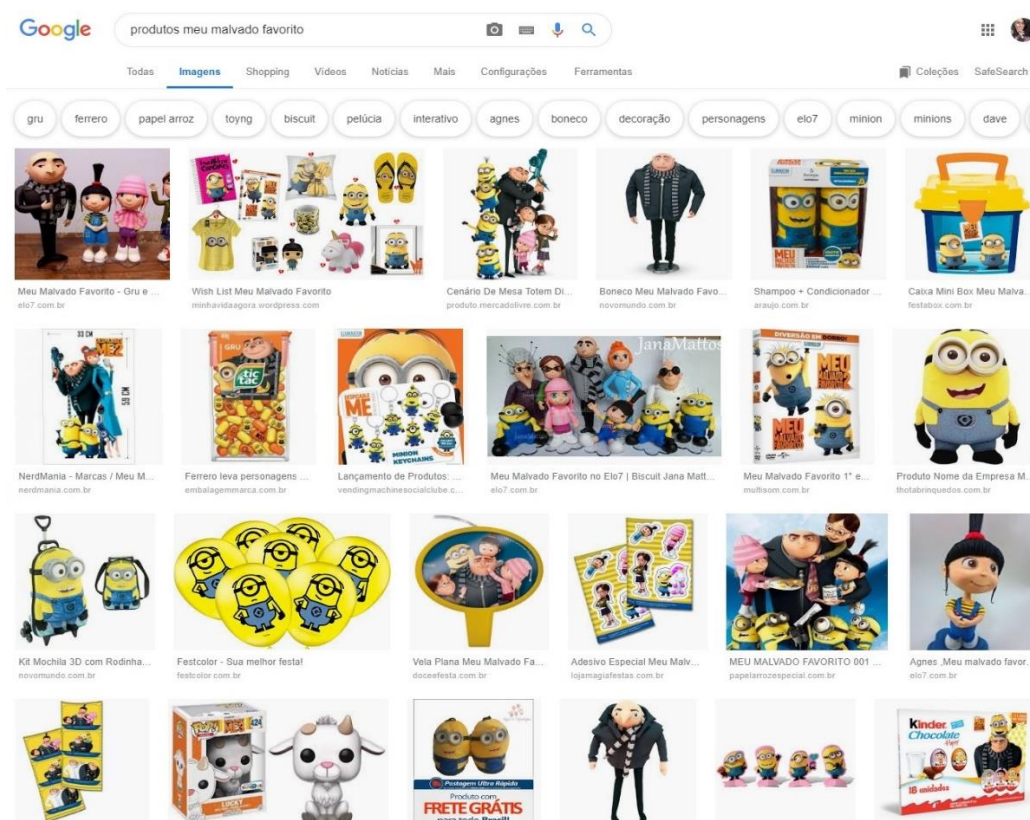
A esse aspecto, em que a cultura dos cultos perpetua hierarquias estéticas por meio de intelectuais que esnobam as produções massivas (que atingem amplamente), Morin traz o pensamento de Clément Greenberg: “Na cultura de massa não há a descontinuidade entre a arte e a vida” (*apud* MORIN, 1997, p. 18)⁸³, o que nos remete ao pensamento de Pajeú e Miotello, ao tratarem da cultura e da alteridade: “O que interessa a Bakhtin, em toda a sua filosofia, ao procurar compreender a cultura pela palavra dialógica, alargada, é, antes de tudo, compreender

⁸³ A referência utilizada pelo autor é CLÉMENT GREENBERG, *Avant-Garde et Culture de Masse*, em *Mass Culture*, ref. cit., pág. 196.

como a vida integra a arte e vice-versa, é auscultar as vozes que dão corpo aos encontros de palavras de alteridade” (PAJE[U; MIOTELLO, 2018, p. 783).

Por isso, discutimos anteriormente a questão dos sujeitos, enquanto consumidores, se identificarem com os minions e não com o Gru em relação à aquisição de produtos culturais que decorrem da produção e divulgação do filme, e isto pode ser justificado com a ajuda das reflexões do Círculo de Bakhtin e dos pesquisadores da área, bem como de Morin (1997) por meio da relação arte e vida, em que a vida é vista na arte como sua unidade integrativa. Isto é, o que vemos em filmes ou ouvimos em músicas não são abstrações sociais, mas matéria poética dos autores-criadores que são enunciadas, a depender da materialidade do enunciado, como uma forma de ouvir as vozes e as relações dialógicas da vida por meio da arte, pois ambas não se dissociam, como Morin (1997) defende, especificamente, ao discutir a cultura de massa. Assim é que nos detemos, especificamente, sobre os produtos culturais físicos que estampam o rosto dos minions e não de Gru ou outras personagens:

Figura 51 - Produtos Meu Malvado Favorito



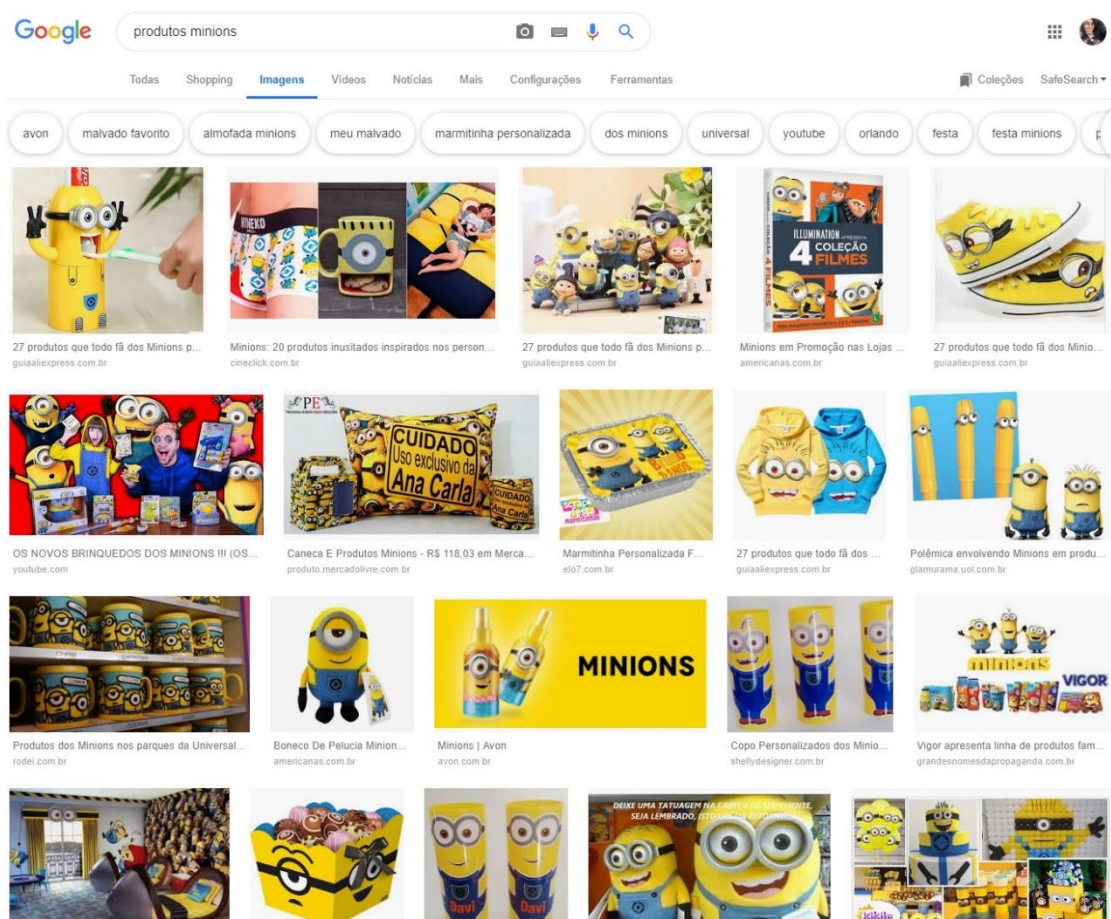
Fonte: Google⁸⁴

⁸⁴ Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=produtos+meu+malvado+favorito&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKewiljeWAgfAhW9HrkGHaklAz8Q_AUIDigB&biw=1366&bih=625>. Acesso em: 24/05/2019.

Como podemos observar na figura anterior, a partir de uma busca simples no Google sobre produtos acerca de “Meu Malvado Favorito”, e pela figura seguinte, com a busca de produtos acerca de “minions”, os resultados gerados são diferentes, embora semelhantes, pois trazem os minions como destaque. Isso confirma, como temos dito, que os minions configuram uma “febre amarela” e ganham destaque em razão da franquia da qual saíram e fazem parte. Isso se justifica, contudo, no plano ideológico, pois conseguimos acessá-lo mediante os signos presentes nos enunciados. Só podemos afirmar que são os minions que constituem uma “febre amarela” pois são eles que protagonizam a maioria dos produtos e produções decorrentes da franquia *Meu Malvado Favorito* e não as outras personagens, como Gru, Lucy, Margo, Edith e Agnes, por exemplo.

Figura 52 - Produtos minions



Fonte: Google⁸⁵

⁸⁵ Disponível em:

<https://www.google.com/search?q=produtos+minions&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwih9_mQgrfiAhWaIlkGHeBqCr4Q_AUIDygC&biw=1366&bih=625>. Acesso em: 24/05/2019.

O caráter ideológico é o que nos permite compreender como essa configuração se dá, em que os minions se destacam em função de Gru ou outras personagens. A linguagem, por estar em solo social, está repleta de ideologia e é o que nos permite compreender, seja em qual materialidade sígnica for, o ideológico presente nas interações sociais. Volóchinov (2017 [1929]) diz que a natureza do signo linguístico é a sua realização social, portanto, ao ser trazido para a vida, o signo linguístico torna-se ideológico e se liga às situações concretas de produção do enunciado, tornando-o situado e único. Por isso é que os minions saem do filme e se tornam produto de consumo, pois são um signo ideológico se pensados no âmbito da vida e, por serem um signo ideológico, possuem relação com a existência e por ela são modificados.

A realidade dos signos ideológicos, por sua vez, é construída na interação, em embate, entre diferentes valorações vigentes socialmente e confrontadas nas relações entre os sujeitos, por isso não pensamos tampouco podemos pensar em neutralidade, pois os signos ideológicos são uma forma de organização e representação social. Identificar-se mais com os minions do que com o Gru ou outras personagens é uma forma, refletida e refratada, de observar e compreender a vida por meio da arte. Então, embora seja o malvado favorito a figura central inicial, ele é visto em relação com os minions e não o contrário, porque a forma de representação e organização desses sujeitos, enquanto reflexo da vida, os colocam (os minions) não só como figuras centrais, mas como figuras de identidade que geram consumo.

Visualmente, temos a coloração amarela como expressiva na primeira figura em relação à segunda, porque o signo amarelo não é só a coloração dos minions, mas representa, ideologicamente, o que eles são socialmente enquanto grupo social e, inclusive, se relaciona também com o momento político brasileiro vivenciado desde a eleição presidencial de 2018, em que o verde e o amarelo ganharam força expressiva e, assim, passaram a integrar uma ideia de nação relacionada a Bolsonaro e seus apoiadores (tratado mais adiante). Trazemos, a seguir, essa ideia da coloração amarela como uma “febre amarela” relacionada aos produtos culturais físicos, em específico. As imagens a seguir, autorais, foram registradas ao longo do mês de janeiro de 2019 em lojas de departamento de roupas, farmácia, papelaria e supermercados:

Figura 53 - Produtos minions



Fonte: Elaboração autoral

Figura 54 - Produtos minions



Fonte: Elaboração autoral

Importante observar, então, como o amarelo se destaca na elaboração de produtos acerca dos minions e da franquia *Meu Malvado Favorito*, pois a cor amarela já está associada a esses sujeitos. O ideológico está presente no amarelo que remete aos minions e à ideia de sujeito que eles veiculam, pois são a imagem central e de destaque da franquia. Pontuamos que essas imagens foram registradas no início de 2019 como uma forma de mostrar e reforçar o que temos compreendido como essa “febre amarela” que perdura e não passa facilmente, pois se pensamos no modo de funcionamento da indústria cinematográfica, as produções recebem ações massivas de divulgação no curto período que antecede e sucede a exibição do filme em meios de divulgação oficial, como o cinema. Passado esse momento, poucos produtos são encontrados acerca desse tema em lojas. Contudo, os minions, desde 2010, apareceram associados à imagem de *Meu Malvado Favorito* e, desde então, mantêm-se ativos e renovados nas prateleiras das lojas.

Um exemplo são os contratos de licenciamento de coleção, como os que eles têm com a Vigor e a Adria (no ramo alimentício), com a Regina Festas (no ramo festivo/decorativo), com a Palmolive (no ramo de higiene pessoal) e com a Spiral e a Molin (no ramo escolar) – isso sem levantar dados referentes aos licenciamentos que não produzem coleções recorrentes, como já discutimos no capítulo 1). Contudo, essa ampla gama de produtos não é unilateral, no sentido de que os sujeitos se posicionam e demonstram o que desejam consumir. Há, por parte da indústria cultural, um interesse em se manter como detentora das produções acerca desse universo temático, por isso os licenciamentos existem. Entretanto, eles não conseguem impedir, tampouco limitar, as produções não-oficiais, que também são responsáveis pela chamada “febre amarela ‘minions’”.

Já mencionamos, ao longo do trabalho, sobre a forma como a qual os minions, enquanto “febre amarela”, perduram-se na sociedade por meio de produtos culturais físicos (tratados aqui especificamente) ou simbólicos (trataremos adiante, no próximo tópico). Pensamos, então, em como isso é fruto de um modo de produção e circulação do enunciado, desde a sua origem, que reflete no modo como ele será consumido. Morin (1997, p. 25) diz que “[...] a indústria cultural precisa de unidades necessariamente individualizadas. Um filme pode ser concebido em função de algumas receitas-padrão (intriga amorosa, *happy end*) mas deve ter sua personalidade, sua originalidade, sua unicidade”. Essa individualização é o que garante, para nós, o sucesso de venda dos minions até os dias atuais, como vimos anteriormente. Individualizar uma produção, dentro de uma grande indústria cinematográfica como Hollywood, é uma forma de se consolidar e falar à vida dos sujeitos de uma maneira específica, o que faz o consumo

aumentar ainda mais, pois ali se reconhecem, se identificam e, a partir de uma relação afetiva envolvida, abrem espaço dentre tantas outras produções.

Se são os minions que roubaram a cena e, desse modo, passaram a estampar a franquia dos filmes, não foi por acaso, isto é, sem motivo. O perfil de consumo e consumidores é levado em consideração, de modo que as demandas são respondidas no formato de mais produções e produtos sobre os minions, não sobre as outras personagens. Os minions, além de terem saído da história original de Gru para ganharem espaço nas prateleiras das lojas, nas páginas de *Facebook* e outras redes sociais, ganharam um filme solo, no formato de *spin-off/prequela*, em 2015, contando a sua gênese, além de ganharem novamente, em 2020, as telas de cinema, dessa vez para contar como se deu o início do trabalho entre eles e Gru.

Dessa forma, tanto o consumo quanto a produção (e, conseqüentemente, o produto) estão condicionados por uma questão ideológica – e, acreditamos que essa questão media o sucesso dos minions, assim como a questão de alteridade, o que recai na questão de identidade. Ou seja, consome-se os minions e não o Gru, por exemplo, por uma questão de identificação (que está pautada, sobretudo, na relação de alteridade).

Nesse sentido, Faraco (2009, p. 48) aponta que Medviédev, em *O método formal nos estudos literários*, lembra que “[...] todos os produtos da criação ideológica são objetos dotados de materialidade, isto é, são parte concreta e totalmente objetiva da realidade prática dos seres humanos (não se podendo estudá-los, portanto, desconectados dessa realidade)”. A existência desses produtos da criação ideológica está corporificada em algum material semiótico (uma linguagem), de forma que será, sempre, um signo (p. 49). Disso resulta o pensamento de que o social permite que os signos surjam e signifiquem no interior das relações entre os sujeitos. Portanto, pensar os signos ideológicos é, de certa forma, pensar as interações que ocorrem entre os sujeitos.

As nossas relações com o mundo não são relações diretas, de acordo com Medviédev, mas são mediadas semioticamente: “Vivemos, de fato, num mundo de linguagens, signos e significações” (FARACO, 2009, p. 49). Desse modo, o acesso ao que é real é feito por meio de uma matéria sígnica, sempre axiológica, sendo que a “[...] nossa relação com o mundo é sempre atravessada por valores” (FARACO, 2009, p. 49). Por isso, ao propormos a análise das produções e produtos provenientes da indústria cultural, levamos em consideração o caráter ideológico contido nessas relações de consumo, uma vez elas são plenas de valorações e revelam como os sujeitos têm se relacionado com o mundo à sua volta, como se posicionam e respondem, ativamente, ao mundo – uma vez que compreendemos o consumo como ato responsivo e responsável – enquanto consumidores que geram uma reação-resposta.

Essa reflexão está em consonância com o que apontamos, anteriormente, sobre a ideologia oficial e a ideologia do cotidiano, que são mutuamente complementares, de forma que não é possível conceber uma sem que a outra seja, também, concebida, pois como afirmou Volóchinov (2017 [1929]), o signo ideológico é constituído na infraestrutura para, então, ganhar a superestrutura. Dessa forma, vemos como as demandas da infraestrutura são, de alguma forma, significativas para a constituição das superestruturas ideológicas, de modo que não podemos concordar com o pensamento de um público consumidor passivo, apenas receptivo, como se não fosse possível ter um pensamento crítico e se colocar enquanto sujeito autor, ativamente participativo nessa era da convergência, seja em qual modalidade for, criando produtos físicos para gerar um retorno financeiro, mesmo que não-licenciados, como, por exemplo, criando conteúdo em redes sociais, como uma forma de ressignificar o que se entende por minions em um outro plano estético, como veremos no próximo tópico. Há, de certo modo, nessa reação-resposta dos sujeitos, uma concordância com a ideologia oficial (ao utilizá-la) ao mesmo tempo em que é trazida e ressignificada de acordo com a ideologia do cotidiano.

Pensar os produtos de consumo cultural, dentro da indústria cultural e da cultura de massa, é uma forma de compreender o que temos chamado de “febre amarela ‘minions’” e demonstrado, em específico no tópico deste capítulo, como algo que extrapola as telas de cinema e ganha a vida. Essa é uma forma de relação estabelecida pelos sujeitos, culturalmente, em que a passividade não é concebida como forma de relacionamento com produtos estéticos e midiáticos, mas sim a atividade, por meio da responsabilidade e responsividade social. A esse respeito, Pajeú e Miotello (2018) dizem:

É pela língua enquanto visão de mundo, materializada em palavras outras que podemos compreender a cultura como fenômeno simbólico, discursivo e dialógico que diz respeito à própria realidade, à diversidade humana, à manifestação do pensamento do homem e sua valoração axiológica do mundo, os modos de interação dos indivíduos de um determinado grupo, os meios de ação em contextos singulares, a vida do homem na imensidão do universo dos grupos socialmente organizados (PAJEÚ; MIOTELLO, 2018, p. 788).

Justificamos, portanto, estudar os minions não só em um sua configuração enunciativa, por meio da franquia de filmes (produção), mas também pelo modo como são consumidos, o que diz respeito à circulação e recepção do enunciado, não de qualquer forma, mas no solo social brasileiro, na esfera midiática, em específico, por entendermos que, hoje, os sujeitos se comunicam e se relacionam de um modo tipicamente digital, dada a cultura da convergência participativa, possibilitada pela cibercultura e inteligência coletiva. A cultura é, portanto, o

resultado de uma forma de se colocar ativamente em relação ao tempo-espaço vivido, isto é, aos valores que circulam socialmente entre os sujeitos a partir dos quais os sujeitos se constituem e se ressignificam a todo momento, pois são dinâmicos e fluidos e não se prendem a uma constituição petrificada.

Como um último exemplo advindo da indústria cultural em termos de produto físico, trazemos o produto abaixo, uma revista infantil, em que podemos ler, na parte superior esquerda, o enunciado composto por “Meu Malvado Favorito” e, ao lado, “Marca Minion”. Não só esse produto, como diversos outros licenciados e que já citamos anteriormente, assim se criam uma relação de identificação com o público ao trazer o nome da franquia *Meu Malvado Favorito* associado à imagem de minions e não de outras personagens, pois são eles que não só estampam a frente dos produtos, como também são os que garantem as vendas. Embora haja a referência à *Meu Malvado Favorito*, como o nome da franquia, nenhuma outra referência ou elemento do universo fílmico é trazido, a não ser a imagem do minion que, sozinho, estampa a capa da revista infantil:

Figura 55 - Marca Minion



Fonte: Mercado Livre⁸⁶

⁸⁶ Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-870854851-revista-para-colorir-meu-malvado-favorito-marca-minion-_JM>. Acesso em: 22/01/2020.

Embora tenhamos falado sobre um produto em específico, isso pode ser observado em diversos outros produtos licenciados que trazem o nome da franquia e, ao lado, o enunciado “Marca Minion”, como se fosse um complemento à ideia anterior, ou seja, sem que não fosse possível veicular só a ideia de Meu Malvado Favorito pois ela não é suficiente, tal qual a ideia de minion é. E, enquanto signo ideológico, ressaltamos, ainda, a ideia de minions que, na indústria cultural, é criada: a de marca. Minions, além de sujeitos presentes na arte (em filmes), não só estão nos produtos, como possuem e são a sua própria marca.

3.3 Sujeitos e mídia(s) e as construções de sentido(s) no virtual: de minions a bolsominions

Discorrido, no tópico anterior, sobre a cultura da convergência, principalmente sobre a ideia de participação ativa dos sujeitos, propomos, neste tópico, a reflexão sobre como os sujeitos se colocam nas redes, pensando nas mais diferentes telas que mediam as interações subjetivas – como produto e processo. Diferente da discussão anterior, embasada em uma ideia de indústria cultural e de licenciamento, que gera a noção de oficialidade, partimos, aqui, dos aspectos que tangem ao virtual e à vida em rede do sujeito. Iniciamos a nossa reflexão sobre o sujeito e a interação pelas mais diferentes mídias, portanto, com a definição filosófica de Lévy (2000 [1997]) acerca do que é o virtual, que se faz importante para não pensarmos na virtualidade como algo contrário à realidade:

Na acepção filosófica, é virtual *aquilo que existe apenas em potência não em ato*, o campo de forças e de problemas que tende a resolver-se em uma *atualização*. O virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou formal (a árvore está *virtualmente* presente no grão). No sentido filosófico, o virtual é obviamente uma dimensão muito importante da realidade. Mas no uso corrente, a palavra virtual é muitas vezes empregada para significar a irrealidade – enquanto a “realidade” pressupõe uma efetivação material, uma presença tangível. [...] Em geral acredita-se que uma coisa deva ser ou real ou virtual, que ela não pode, portanto, possuir as duas qualidades ao mesmo tempo. Contudo, a rigor, em filosofia o virtual não se opõe ao real mas sim ao atual: virtualidade e atualidade são apenas dois modos diferentes da realidade (LÉVY, 2000 [1997], p. 47 – grifos do autor).

Segundo Lévy (2000 [1997], p. 27), embora o digital seja “[...] fluido, em constante mutação, seja desprovido de qualquer essência estável [...] a velocidade de transformação (das informações) é em si mesma uma constante – paradoxal – da cibercultura”. O que nos faz pensar, de acordo com Bakhtin (2011a), na relativa estabilidade do gênero discursivo. Não só nisso, mas em todo o contexto que suscita e possibilita o surgimento de novos gêneros discursivos, como é o caso das publicações em páginas de *Facebook*, conforme nos propomos

a analisar de acordo com as novas configurações e sentidos que os minions assumem nas redes sociais.

Lévy, refletindo acerca da configuração do digital, diz que: “As tecnologias digitais surgiram, então, como a infra-estrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento” (LÉVY, 2000 [1997], p. 32). Como é possível observar, o ciberespaço propicia a criação de diferentes tipos de informações, de forma que, a depender do usuário, a informação será positiva ou negativa de acordo com o grupo social ao qual elas estão vinculadas. Esse novo mercado de informação e conhecimento pode ser compreendido, dentro de nosso estudo, como as publicações em redes sociais, como o *Facebook*, em que os sujeitos atuam como autores, curtidores, comentadores e compartilhadores.

A ideia de inteligência coletiva, surge, portanto, em um momento que deixa de se ter a ideia de um sujeito passivo, sem interação com o que consome – uma recepção passiva de obras (independente da configuração: fílmica, musical, literária, dentre outras), repletas de conteúdos não é admissível dentro desse contexto. Isso, em partes, porque o sujeito, enquanto receptor, telespectador e/ou público de determinada obra, constrói as suas próprias significações a partir daquilo que é veiculado e ele consome. Esse pensamento, em consonância com o pensamento bakhtiniano sobre responsabilidade e responsividade, leva-nos a afirmar que o sujeito, enquanto único e singular no ato de sua existência, coloca-se como ativo, portanto, não pode ser alheio ao mundo que o cerca. O sujeito, enquanto público e consumidor de diferentes obras, além disso, vive em rede. Dessa forma, a sua resposta – ato – ao mundo que o cerca é feita de maneira interativa, colaborativa e participativa – a ideia de Jenkins (2009) – por meio de enunciados.

O sujeito, então, por ser ativo, gera novos sentidos, das mais variadas formas, sobre a obra consumida, sendo possível encontrar criações ativas de imagens, histórias, vídeos, canções, dentre outras. Como já mencionado anteriormente, Jenkins (2009), partindo da ideia de inteligência coletiva de Lévy, apresentou o termo da cultura da convergência como forma de dar conta desses fenômenos. Nesse sentido, por meio dessas criações de sujeitos, temos acesso a um conteúdo que não só reflete, como refrata a obra original, de modo que é possível associá-la ao conteúdo “original” por meio de algum aspecto que os une. Pensando no contexto da franquia de filmes elencada como *corpus*, o que possibilita fazer essa relação entre o conteúdo “original” e o conteúdo re(criado) são os minions, pois, como temos defendido ao longo do estudo, eles é que roubam a cena e são as figuras de destaque dentro da franquia.

Como já definido anteriormente, a cultura da convergência está relacionada a um fluxo de conteúdos disponibilizados por meio de diferentes mídias, fluxo esse que está ligado,

intimamente, às transformações tecnológicas, culturais, sociais, mercadológicas etc., de forma que é preciso ter, na figura do público, enquanto consumidor, o papel central, que é tão importante quanto o produtor, uma vez que a convergência só é possível se visualizada por meio dessas duas óticas, em relação e interação, produto e processo, ao mesmo tempo. Lévy (2000 [1997]), utilizando um termo criado por Roy Ascott, fala sobre o “segundo dilúvio”: o dilúvio das informações. Segundo ele,

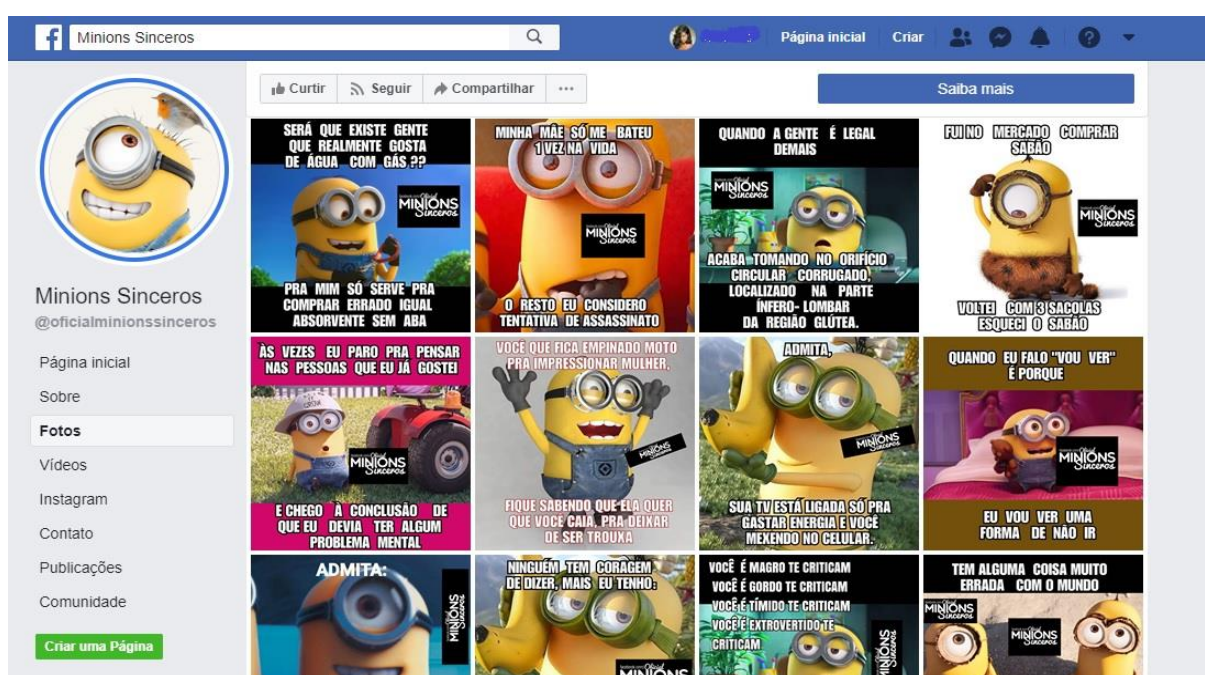
as telecomunicações geram esse novo dilúvio por conta da natureza exponencial, explosiva e caótica de seu crescimento. A quantidade bruta de dados disponíveis se multiplica e se acelera. A densidade dos links entre as informações aumenta vertiginosamente nos bancos de dados, nos hipertextos e nas redes. *Os contatos transversais entre os indivíduos proliferam de forma anárquica.* É o transbordamento caótico das informações, a inundação de dados, as águas tumultuosas e os turbilhões da comunicação, a cacofonia e o psitacismo ensurdecedor das mídias, a guerra das imagens, as propagandas e as contrapropagandas, a confusão dos espíritos. (2000 [1997], p. 12-3 – grifos nossos).

A ideia de segundo dilúvio, trabalhada por Lévy, nos é cara para pensarmos nos aspectos tangentes à “febre amarela ‘minions’” como uma condição possível para a sua existência em nossa sociedade. A forma como as mídias têm convergido para essa inundação de informações e um crescimento explosivo e caótico, segundo o autor, pode ser vista nos diferentes produtos de minions que não param de ser criados a cada momento, sejam eles simbólicos ou materiais. A metáfora do “segundo dilúvio” informacional, em diálogo com a arca de Noé, figura bíblica, não prevê um fim porque não há um fundo sólido sob o oceano das informações, segundo o autor (2000 [1997], p. 13), de modo que a solução é aprender a nadar, a flutuar e até navegar nesse dilúvio. Por isso, acreditamos ser importante considerar esse segundo dilúvio a partir de um fenômeno concreto (a “febre amarela ‘minions’”) como uma forma de compreender como determinados grupos sociais lidam e têm lidado com essa enchente de informações – e, assim, como têm se posicionado no mundo por meio do seu ato responsivo e responsável.

As respostas criadas a partir dos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito* são uma forma, dentre as diversas formas possíveis de entender como o sujeito não é isento de valoração e responde ativamente ao mundo que o rodeia – com a sua vida, refletem em suas escolhas em relação à quais produtos consumir, na sua rede social com as páginas que curte, comenta e compartilha etc. Disso resulta, portanto, a nossa ideia de conceber sujeitos como consumidores ativos, e não meros receptores passivos e acríticos (ideia mediana de sujeito), tal qual a Escola de Frankfurt os vê dentro da indústria cultural.

Os sujeitos consumidores são vistos como uma participação ativa nessa era da convergência, uma vez que eles ajudam (dentro do processo, por nós estudado, de produção, recepção e circulação de enunciados) na parte de circulação de uma determinada obra, isto é, fazendo com que ela chegue, mesmo que de outra forma, a lugares antes não imagináveis. Dessa forma, chegamos nas páginas de *Facebook*, previamente selecionadas, segundo o critério de popularidade (maior número de curtidas) que indica maior circulação. Interessa-nos observar, nas páginas selecionadas a seguir, a forma como os minions são ressignificados enquanto personagens de filmes, em diversas páginas, com diferentes significações (o que se sobressai é o tom humorístico cotidiano) e em diferentes redes sociais (embora, aqui, tenhamos delimitado apenas o *Facebook* para exemplificar essa questão, podemos encontrar esse mesmo tipo de conteúdo no *Instagram*, no *Twitter*, no *Pinterest* etc.).

Figura 56 - Publicações da página "Minions Sinceros"



Fonte: *Facebook*⁸⁷

⁸⁷ Disponível em:

<https://www.facebook.com/131574543719617/photos/?tab=album&album_id=131576853719386>. Acesso em: 22/05/2019.

Figura 59 - Publicações da página "Minions Impacientes"



Fonte: Facebook⁹⁰

Como é possível observar nas páginas anteriores, a maioria das publicações aparecem no formato de imagens, de modo que é possível acessar o conteúdo integral pela seção “Fotos”. Quando acessamos essa seção, percebemos como a publicação em rede social se configura nesse novo cenário, em que há a participação ativa do sujeito-autor da página em relação interativa com outros sujeitos que atuam com suas curtidas, compartilhamentos e comentários. Há uma descontextualização das cenas dos filmes, de modo que um fotograma é feito e, a partir dele, um enunciado de efeito humorístico cotidiano é criado. Assim, há uma aproximação da figura dos minions, enquanto sujeitos de linguagem, com a figura dos sujeitos da vida, como se os enunciados associados a eles (dentro da montagem feita na imagem) fossem ditos por eles, sendo que o “curtir”, o “comentar” e o “compartilhar” atuam, dessa forma, como validações de cada um desses enunciados, em específico.

Por isso, estudar esse tipo de conteúdo é importante, porque revela uma nova forma de comunicação possibilitada pelos sujeitos em rede. As redes sociais são uma forma de socialização que trouxeram, para o virtual, uma nova maneira dos sujeitos interagirem. Assim, é possível analisarmos as mudanças pelas quais a sociedade, como um todo, tem passado, pois

⁹⁰ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/MinionsImpacientes.Of/photos/?tab=album&album_id=649762455163780>. Acesso em: 22/05/2019.

o ato de produzir uma arte, em formato de imagem, com um sentido específico, com uma personagem fílmica específica e, disso, gerar uma repercussão (curtir, compartilhar e comentar) específica, deve ser encarado como um ato de linguagem contemporâneo. Nesse caso, em questão, todas as publicações das páginas com maior número de curtidas trazem, majoritariamente, a imagem dos minions tal como nos filmes, de modo que as outras personagens ficam com pouco destaque – embora elas existam e apareçam em algumas publicações, como veremos nas figuras a seguir.

Para essa reflexão, pensamos no artigo “Os gêneros do discurso” (2011a), de autoria de Bakhtin. Nele, o autor aponta que os diversos campos da atividade humana estão ligados, especificamente, ao uso da linguagem (BAKHTIN, 2011^a, p. 261), de modo que já ancoramos a nossa reflexão sobre as publicações em formato de imagens como um uso de linguagem específico, em um campo da atividade humana específico (a rede social – o virtual). Assim, é sabido que a língua aparece no formato de enunciados concretos e únicos, assinados por determinado sujeito: “Esses enunciados refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo não só por seu conteúdo (temático) e pelo estilo de linguagem, [...] por sua construção composicional” (p. 261).

Esses elementos estão ligados dentro do enunciado e são determinados pela especificidade do campo comunicacional ao qual pertencem, de modo que cada enunciado é individual, mas cada campo elabora seus tipos relativamente estáveis de enunciado, denominado, pelo autor, de gêneros do discurso (BAKHTIN, 2011a, p. 262). Por isso, há tantas configurações genéricas em nossa sociedade, porque são inesgotáveis as possibilidades da atividade humana, de modo que cresce e se modifica “[...] à medida que se desenvolve e se complexifica em um determinado campo” (BAKHTIN, 2011a, p. 262). Portanto, estudamos as publicações de *Facebook* à luz do pensamento sobre gêneros do discurso, uma vez que eles nos permitem compreender como esse novo tipo de comunicação, junto ao pensamento de Lévy e Jenkins, tem se feito presente em nossa sociedade por meio de enunciados.

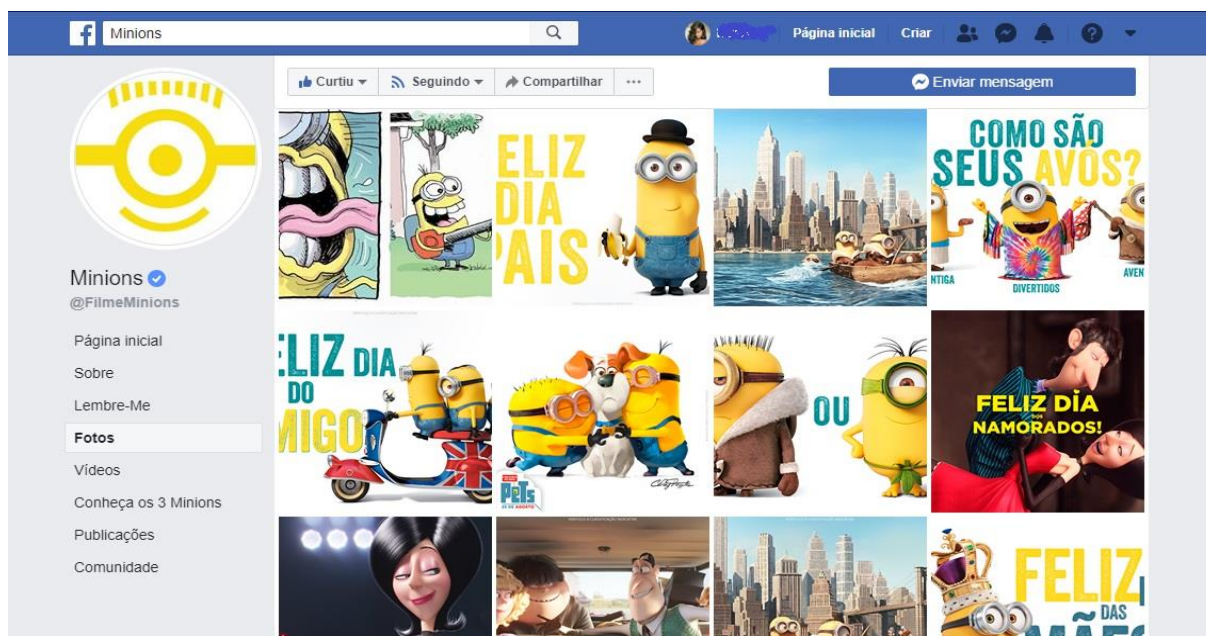
Podemos pensar na publicação em formato de imagens como um gênero secundário (complexo), pois ela surge “[...] nas condições de um convívio cultural mais complexo e relativamente muito desenvolvido e organizado [...] – artístico, científico, sociopolítico, etc.” (BAKHTIN, 2011a, p. 263). Desse modo, ele incorpora e reelabora diversos gêneros primários (como os enunciados cotidianos que surgem junto às cenas recortadas dos filmes), para, assim, constituir-se como um gênero secundário, atingindo uma elaboração formal da língua específica. Por isso, Bakhtin (2011a, p. 265) afirma que “[...] a língua passa a integrar a vida

através de enunciados concretos (que a realizam); é igualmente através de enunciados concretos que a vida entra na língua”.

Com essa possibilidade de visualizar a vida na língua é que encontramos o estilo de cada sujeito que assina o enunciado, o que demonstra a individualidade de cada um, seja em qual campo da atividade humana for, isso porque a relativa estabilidade do gênero permite, ao sujeito, se posicionar diante do mundo que o cerca. Cabe ressaltar, também, que as mudanças históricas pela qual a linguagem passa, ligam-se, de maneira indissolúvel, às mudanças do gênero discursivo (BAKHTIN, 2011a, p. 267). Dessa forma, cabe-nos o pensamento de que o surgimento de novos gêneros é uma questão, sobretudo, espaço-temporal, pois como já dito anteriormente, a sociedade muda e a forma de se comunicar nela/com ela também – por isso há enunciados em maior ou menor destaque a depender do espaço-tempo observado. Isso é o que ocorre com os gêneros provenientes das redes sociais:

Os enunciados e seus tipos, isto é, os gêneros discursivos, são correias de transmissão entre a história da sociedade e a história da linguagem. Nenhum fenômeno novo (fonético, léxico, gramatical) pode integrar o sistema da língua sem ter percorrido um complexo e longo caminho de experimentação e elaboração de gêneros e estilos (BAKHTIN, 2011a, p. 268).

Figura 60 - Publicações na página "Minions"



Fonte: *Facebook*⁹¹

⁹¹ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/FilmeMinions/photos/?tab=album&album_id=1568782876675480&ref=page_internal>. Acesso em: 24/05/2019.

Como podemos observar na figura anterior, referente às publicações em formato de imagem na página oficial dos minions, o estilo de publicação é semelhante ao das páginas anteriormente apontadas, de modo que podemos pensar em como as páginas não-oficiais consolidaram sua marca autoral por meio de um estilo já (re)conhecido, proveniente de uma oficialidade. A cor amarela, utilizada no tom de pele dos minions, é bastante utilizada para fazer o plano de fundo e os signos que compõem cada enunciado. Desse modo, cabe-nos pensar em como as páginas não-oficiais (delimitadas por nós) estão em diálogo com a página oficial ao trazerem um conteúdo semelhante. Ressaltamos, também, que o humor cotidiano das páginas não-oficiais se difere da página oficial, embora ambas tenham nos filmes como matéria para a composição dos fotogramas que compõe o enunciado.

Como observado anteriormente, na página oficial “Minions”, as imagens, embora tragam outras personagens, detêm-se, majoritariamente, sobre a figura dos minions, pois são eles que garantem o sucesso da franquia, bem como são eles que se configuram como a “febre amarela ‘minions’” e não as outras personagens. Segundo Heller (2013),

[...] como cor do sol, o amarelo age de modo alegre e revigorante. Os otimistas têm uma disposição ensolarada, o amarelo é sua cor. O amarelo irradia, ri, é a principal cor da disposição amistosa. Os bottons com sorrisos são naturalmente amarelos [...]. O amarelo é lúdico. O amarelo irradia como um sorriso (HELLER, 2013).

Essa é a cor dos minions, junto ao sentimento que eles trazem, para um público consumidor que não relativiza as relações de trabalho presentes nos enunciados e se atém ao caráter humorístico e cotidiano. Nesse contexto, segundo Chevalier e Gheerbrant (2013, p. 40), o amarelo é “intenso, violento, agudo até a estridência, ou amplo e cegante como um fluxo de metal em fusão, o amarelo é a mais quente, a mais expansiva, a mais ardente das cores, dos limites em que o artista desejou encerrá-la”. Desse modo, temos, nessa cor, amplamente usada em todos os diversos produtos sobre os minions (porque essa é a sua coloração), a expressão do que é ser minions, não só nos filmes, mas quando a ideia é trazida para a vida nas esferas midiática e publicitária, por exemplo. O amarelo dos minions chama a atenção pela sua intensidade e vibração, e é, nesse sentido, que a cor é usada como marca registrada nas mais diferentes produções e produtos, como já vimos anteriormente e veremos a seguir.

Nas publicações que seguem, observamos como há uma construção humorística na montagem feita na materialidade imagética, utilizando, principalmente, recortes de cenas dos filmes junto a enunciados cotidianos risíveis, tanto a página oficial “Minions” como as páginas não-oficiais, mas que, também, possuem grande circulação. Como vemos nas figuras a seguir,

há um caráter responsivo ao que tange aos aspectos visuais dos enunciados, tanto em relação à página oficial quanto às páginas não-oficiais. :

Figura 61 - Publicação na página "Minions"



Fonte: Facebook⁹²

Figura 62 - Publicações nas páginas não-oficiais



Fonte: Facebook⁹³

⁹² Disponível em:

<<https://www.facebook.com/FilmeMinions/photos/a.1568782876675480/1852247724995659/?type=3&theater>>. Acesso em: 24/05/2019.

⁹³ Disponível, respectivamente, em:

<<https://www.facebook.com/oficialminionssinceros/photos/a.131576853719386/1132341996976195/?type=3&theater>>.

Os enunciados cotidianos são inseridos em recortes de cena a partir de um encaixe temático, isto é, de acordo com o efeito de humor contido no enunciado. Na publicação da página oficial “Minions” há a comemoração de uma data festiva, o *Halloween*, para tanto, utilizaram a imagem de um minion presente no filme *Minions* (2015) fantasiado de vampiro e, assim, ao inserirem o enunciado “Travessuras ou bananas?”, a significação está feita, unindo elementos cotidianos (da vida) aos elementos fílmicos (da arte), o que gerou um novo tipo de meio de comunicação entre os sujeitos que ativamente participam dessas mídias sociais. Como observado, as outras páginas, não-oficiais, utilizam esse mesmo formato para darem, aos minions, novas significações, unindo o aspecto verbal do enunciado ao aspecto imagético. Desse modo, observamos como o enunciado atua como um elo na comunicação discursiva, visto que existe um diálogo entre as cenas dos filmes e as imagens das publicações, contudo, elas não são unidas pelo plano da significação, uma vez que, ao ganharem as redes sociais, novas significações (de acordo com os sujeitos-autores) são dadas às imagens, reacentuando, portanto, o sentido anterior.

Na imagem anterior, utilizamos uma foto de cada página para mostrar um exemplo de como os minions são retirados dos filmes e colocados em uma situação de nova significação a partir dos enunciados de humor colados junto deles. Essa é a forma típica com que essas publicações são feitas, logo, essa é a forma pela qual os minions aparecem no *Facebook* e geram novos sentidos para os sujeitos que se colocam como curtidores, comentadores e compartilhadores. Todavia, nem sempre a configuração se dá dessa forma, de modo que podemos encontrar diversos usos dos minions e de outras personagens para a criação dos conteúdos, conforme podemos observar a seguir nas publicações em formato de imagem, em que os minions, além de serem ressignificados a partir do humor cotidiano por meio de suas imagens tal como aparecem nos filmes, notamos que outras personagens, mesmo que não majoritariamente, também aparecem, assim como os minions ganham outros sentidos que não o de efeito de humor (ligado ao seu modo de concepção nos filmes), mas que extrapolam essas fronteiras e, assim, ganham novos sentidos em reações-respostas também não previstas pelos filmes:

<<https://www.facebook.com/minionssincerosironicos/photos/a.464304887036426/1684010718399164/?type=3&theater>>, <<https://www.facebook.com/MinionsOusadosOficial/photos/a.246467235524195/1201075380063371/?type=3&theater>> e <<https://www.facebook.com/MinionsImpacientes.Of/photos/a.649762455163780/1286745858132100/?type=3&theater>>. Acesso em: 24/05/2019.

Figura 63 - Publicação da página "Minions Sinceros"



Fonte: Facebook⁹⁴

Na publicação, temos a imagem de Agnes, no centro da cena, umas das filhas de Gru, em que é possível ler “Tem dias que eu pareço uma princesa”, na parte superior, e “E tem dias que eu pareço o cavalo da princesa”, na parte inferior. Sua expressão, de raiva, marcada pelo ranger de dentes, é retirada de um dos filmes (fotograma) e é ressignificada para a situação da publicação, mostrando situações contrárias e contraditórias que revelam a constituição do sujeito que, por se identificarem, curtem, comentam e compartilham a publicação.

⁹⁴ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/oficialminionssinceros/photos/a.131576853719386/1487118008165257/?type=3&theater>>. Acesso em: 22/01/2020.

Figura 64 - Publicação da página "Minion Sinceros e Irônicos"



Fonte: Facebook⁹⁵

Nessa segunda publicação, temos uma montagem que, além dos minions, também há Agnes, em que é possível ler, na parte superior, o enunciado “Eu amo uma pessoa” e, na parte inferior, o enunciado “Que faz aniversário em janeiro”. Como falamos da cor amarela, que vibra e dá ânimo, tida como a cor dos minions, vemos, nessa imagem, os mesmos tons vibrantes que caracterizam muitas das publicações em que os minions ou a franquia *Meu Malvado Favorito* aparece. Como é possível observar, também há uma resignificação do sentido de minions nessa imagem que, ao retirá-los dos filmes, junto com Agnes, reacentuam esses sujeitos para o sentido passional cotidiano ao trazerem à ideia de aniversário (que existe também nos filmes), mas com um mês, em específico, o que gera as curtidas, os comentários e os compartilhamentos.

⁹⁵ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/minionssincerosironicos/photos/a.464304887036426/1930045970462303/?type=3&theater>>. Acesso em: 22/01/2020.

Figura 65 - Publicação da página "Minions Ousados"

Estou fazendo as
contas aqui...
e vi que Deus
providenciou
tudo, não
irá faltar
nada.



Fonte: Facebook⁹⁶



Nessa publicação, há uma ressignificação dos minions na esfera religiosa, isto é, diferente das outras publicações em que o humor cotidiano é tido como o tema da cena criada pela publicação. Nessa, observamos um enunciado: “Estou fazendo as contas aqui... e vi que Deus providenciou tudo, não irá faltar nada”. Ao lado, há um minion, também uma imagem retirada dos filmes, com um lápis e um caderno e uma expressão facial de aflição que complementam o sentido da imagem. Não é qualquer esfera religiosa que está presente nessa imagem, mas a cristã (a referência é “Deus”), marcada, principalmente, por católicos e evangélicos em nosso contexto brasileiro, o que revela, nesse sentido, um modo de recepção e circulação não previsto dos minions, em nosso país, que é o da esfera religiosa que, por sua vez, também rende curtidas, comentários e compartilhamentos ao unir o posicionamento religioso junto à identificação com os minions, tal qual nos filmes.

⁹⁶ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/MinionsOusadosOficial/photos/a.246467235524195/1393236957513878/?type=3&theater>>. Acesso em: 22/01/2020.

Figura 66 - Publicação da página "Minions Impacientes"



Fonte: Facebook⁹⁷

Já na última publicação há a imagem de Gru, retirada de um dos filmes, no centro da cena, com a expressão triste e melancólica, em que é possível ler, na parte superior, o enunciado “Tava tudo indo muito bem” e, na parte inferior, “Até eu lembrar que amanhã é segunda-feira”. Com isso, mais uma vez, o humor cotidiano é instaurado por meio de uma publicação que faz rir das situações vivenciadas por aqueles que consomem esse tipo de conteúdo nas redes sociais. O fato de uma segunda-feira ser lamentada decorre da situação de ser dia útil, de volta ao trabalho e, também, à rotina, depois da pausa e do descanso do final de semana (quando há), em nossa sociedade. Desse modo, o Gru, cabisbaixo, que lamenta a chegada da segunda-feira, é a imagem que causa identificação com tantos outros sujeitos que assim se veem.

Embora tenhamos trazido 8 (oito) publicações referentes às 4 (quatro) páginas delimitadas para observar o uso de minions e da franquia feito nas redes sociais, acreditamos ser possível ter a ideia de como o enunciado publicação em formato de imagem se configura, uma vez que os elementos se repetem e se tornam relativamente estáveis (as 4 primeiras publicações nos mostraram isso), seguindo, inclusive, um estilo autoral de produção que, mesmo sendo de páginas diferentes, é possível observar que o enunciado é composto por uma

⁹⁷ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/MinionsImpacientes.Of/photos/a.649762455163780/772237556249602/?type=3&theater>>. Acesso em: 22/01/2020

imagem retirada dos filmes e por um enunciado dividido na parte superior e inferior dessa imagem, com efeito de sentido humorístico.

Quando há a quebra da relativa estabilidade, isto é, quando o enunciado não se comporta totalmente dessa forma, outros elementos são trazidos, como outras situações de efeitos de sentido do cotidiano que sejam tocantes ao público que os consomem, uma vez que para gerar um alto número de curtidas, comentários e compartilhamentos, é necessário que tenha um eco na sociedade acerca do que é veiculado. Desse modo, a esfera religiosa, em uma das publicações, é uma forma de observar esse cotidiano trazido de uma outra forma, bem como as publicações em que não têm a presença dos minions, mas de outras personagens da franquia e que, ainda assim, reproduzem o mesmo efeito de sentido que as publicações com os minions, isto é, de humor e riso de situações cotidianas.

Cabe-nos, portanto, a reflexão de que o sujeito, enquanto público consumidor, responde ativamente, com essas produções, a um conteúdo presente na arte, preenchendo-o com avaliações próprias que recebem, nas redes sociais, um respaldo (em sentido de concordância) em formato de curtidas, compartilhamentos e comentários – que nos demonstram, também, uma forma de perceber essa “febre amarela ‘minions’”. Assim, chegamos ao enunciado como unidade da comunicação discursiva, em que Bakhtin (2011a) mostra como essa concepção é fundamental para superar a ideia simplificada da vida do discurso. Portanto, para Bakhtin, a ideia de responsividade (presente em *Para uma filosofia do ato responsável*, 2010) é de extrema importância quando pensamos em enunciado, para que haja a distinção de modelos antigos compreendidos pela linguística.

Segundo o autor, “nos cursos de linguística geral [...] sugere-se um esquema de processos ativos de discurso no falante e de respectivos processos passivos de recepção e compreensão do discurso no ouvinte” (BAKHTIN, 2011a, p. 271), de modo que se alia, esse pensamento, com a ideia da indústria cultural, postulada pela Escola de Frankfurt, de um público receptor passivo e acrítico frente à realidade apresentada em forma de obras culturais massivas. Dessa forma, refutamos tal noção, tanto da linguística quanto da indústria cultural, pois pensamos em um outro modelo de “falante” e “ouvinte”: “[...] o ouvinte, ao perceber e compreender o significado (linguístico) do discurso, ocupa simultaneamente em relação a ele uma ativa posição responsiva: concorda ou discorda dele (total ou parcialmente), completa-o, aplica-o, prepara-se para usá-lo, etc.” (BAKHTIN, 2011a, p. 271).

Portanto, é essa a noção que trazemos quando pensamos na indústria cultural, na cultura da convergência, participativa e interativa, nos sujeitos produtores e ativos às obras consumidas: “Toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva

(embora o grau desse ativismo seja bastante diverso); toda compreensão é prenehe de resposta, e nessa ou naquela forma a gera obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante” (BAKHTIN, 2011a, p. 271). Essa concepção de sujeito, que ora é ouvinte, ora falante (não limitando, essas noções, somente ao discurso verbal, mas a toda e qualquer tipo de configuração enunciativa, como defendemos com a verbivocovisualidade, no segundo capítulo), coloca a perspectiva de participação e atividade como próprias do sujeito, não como algo externo, mas como algo intrínseco, como condição de existência responsiva e responsável no mundo.

Bakhtin, prosseguindo, diz: “O próprio falante está determinado precisamente a essa compreensão ativamente responsiva: ele não espera uma compreensão passiva, por assim dizer, que apenas duble o seu pensamento em voz alheia, mas uma resposta, uma concordância, uma participação, uma objeção, uma execução, etc.” (BAKHTIN, 2011a, p. 272), o que nos leva a pensar, hoje, nas relações que são feitas midiaticamente, como o caso do *Facebook*, em que a compreensão ativa pode se dar de diversas formas, sendo que a própria rede social, no caso, viabiliza essa ação no formato dos botões próprios de curtidas, comentários e compartilhamentos, como uma forma de interação que coloca os sujeitos em uma teia de responsividade. Isto é, podemos pensar que quanto maior o número dentro de uma publicação, maior é a interação dos sujeitos com o sujeito-autor da publicação e com a temática daquele enunciado que, de alguma forma, gera identificação em quem com ele interage.

Contudo, o alto número que uma publicação atinge não necessariamente deve ser interpretado como uma concordância, um posicionamento favorável, mas pode ser um posicionamento contrário que suscitou, naquela publicação, um debate e um espaço para discordância entre os outros sujeitos. Isso, porque, de acordo com Lévy, tendo o pensamento de Bakhtin em vista, os sujeitos são singulares, a coletividade, enquanto inteligência, privilegia o diferente, não a massificação dos sujeitos. Dessa forma, é comum que os sujeitos tenham posicionamentos contrários uns aos outros, pois isso mostra como a sociedade é plural e os sujeitos representam essas possibilidades outras de existência, o que configura, por si só, uma recusa sobre o pensamento de massificação das obras, de acordo com a Escola de Frankfurt, como passividade e ausência de criticidade nos sujeitos. Canclini, na obra *Culturas híbridas* (2008), faz uma reflexão sobre o perfil do público consumidor contemporâneo:

[...] a noção de público é perigosa se a tomarmos como um conjunto homogêneo e de comportamentos constantes. O que se denomina público, a rigor, é uma soma de setores que pertencem a estratos econômicos e educativos diversos, com hábitos de consumo cultural e disponibilidade diferentes para relacionar-se com os bens oferecidos no mercado. Sobretudo nas sociedades complexas, em que a oferta cultural é muito heterogênea,

coexistem vários estilos de recepção e compreensão, formados em relações díspares com bens procedentes de tradições cultas, populares e massivas (CANCLINI, 2008, p. 150).

Canclini, junto ao que construímos a partir do diálogo entre Bakhtin, Lévy e Jenkins, reforça a nossa ideia de que o público não é passivo, tampouco homogêneo. Como apontando pelo autor, outros fatores entram em cena quando pensamos na ideia de consumo – condições sociais e econômicas, sobre a qual não nos estenderemos, nesse estudo, mas que devem ser levadas em consideração para que não se simplifique a ideia de consumo, interação e público ao fator da massificação e passividade, por exemplo. Em maior ou menor grau, os sujeitos consomem, de alguma forma, oficial ou não-oficialmente, produtos provenientes de uma indústria cultural, que é uma superestrutura ideológica, de modo que podemos embasar o nosso estudo, considerado uma “febre amarela ‘minions’” como tendo base nessas situações de consumo que derivaram de uma obra fílmica e, a partir dela, ganharam a sociedade nas mais diferentes áreas da atividade humana.

Portanto, cabe-nos a consideração de que, em consonância com o Bakhtin (2011a, p. 272), “cada enunciado é um elo na corrente complexamente organizada de outros enunciados”, de modo que o processo gerador de outros enunciados é próprio da linguagem viva e móvel, porque ela coloca os sujeitos falantes e ouvintes em constante relação de embate, de forma que, sem essas respostas, poderíamos pensar na morte da linguagem, pois os sujeitos não estariam mais em interação. A responsividade é o que demonstra a atividade, o posicionamento e a responsabilidade dos sujeitos no mundo, por meio da linguagem – seja em qual configuração enunciativa for.

A cultura da convergência, por sua vez, é possibilitada, em partes, não só pelos sujeitos participativos e ativos, mas também por conta de plataformas que permitem a exposição, no formato de enunciados, desses sujeitos. No caso, o *Facebook* (e tantas outras mídias sociais), reúne, em um só lugar, visões de mundo diferentes, que representam, por sua vez, posicionamentos diferentes que, não necessariamente, eram vistos com a mesma visibilidade que o são hoje:

[...] a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso a conteúdos de mídia e em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima (JENKINS, 2009, p. 325).

Por isso, afirmamos que a cultura da convergência possibilitou esse conteúdo fluído por diferentes plataformas que entra em embate não só dentro da própria rede social, entre os sujeitos que a acessam, mas também com uma produção “oficial” (licenciada) que vê o seu produto oficial sendo consumido – e produzido – por uma rede midiática alternativa, e, ainda, fazendo sucesso tanto quanto um produto oficial e licenciado. Cabe-nos, então, ressaltar a importância de estudar, por meio da linguagem, a realidade humana que se modifica conforme os sujeitos e a sociedade se alteram, de acordo com relações espaço-temporais, mostrando-nos os atos sociais a partir de diferentes manifestações da linguagem, tal qual a que nos propomos e mostramos anteriormente, em uma rede social.

As práticas sociais (enquanto manifestação de linguagem) são observadas, portanto, mediante o sujeito, o tempo e o espaço, de maneira única, pois é importante ressaltar que estudar o sujeito e sua produção ativa, hoje, é diferente de estudá-lo em um outro momento histórico, pois os sentidos construídos não seriam os mesmos – se, hoje, os sujeitos se comunicam e interagem, uns com os outros, a partir e por meio de gêneros discursivos específicos (diferentes de tempos atrás), é pela condição de uma mudança nas configurações social, temporal e espacial. Por isso, a reflexão deve ser feita levando em consideração esses três fatores como essenciais, pois revelam modos de ser e de significar dentro de um contexto específico de uso.

Como temos falado, os minions geraram (e continuam a gerar) sentidos de reações-respostas não previstas pela franquia, isto é, que fogem da alçada do licenciamento de produtos, por exemplo. Um outro movimento derivado desse momento sócio-histórico é o termo “bolsominions” no cenário político brasileiro, como reflexo e refração da vida por meio da arte. O Círculo de Bakhtin, ao tratar do diálogo como conceito nodal de sua teoria, possibilita-nos pensar a linguagem enquanto uso real, em sua vivacidade, por meio de enunciados e das relações dialógicas por eles estabelecidos. Assim, a linguagem em uso real é o enunciado, sempre situado e único, que revela, por meio de sua materialidade, a ideologia acerca do sujeito, tempo e espaço de produção, uma vez que é fruto da relação de interação entre sujeitos. Bakhtin (2011e, p. 323) formula a ideia de relações dialógicas como sendo “[...] possíveis entre enunciados integrais de diferentes sujeitos do discurso [...]” e reforça que

Onde não há palavra não há linguagem e não pode haver relações dialógicas; estas não podem existir entre objetos ou entre grandezas lógicas (conceitos, juízos, etc.). As relações dialógicas pressupõem linguagem, no entanto elas não existem no sistema da língua. Não são possíveis entre os elementos da

língua. A especificidade das relações dialógicas requer um estudo especial (BAKHTIN, 2011e, p. 323).

Ao pontuar isso, Bakhtin nos leva à ideia da metalinguística⁹⁸ que, segundo ele, é um estudo “[...] daqueles aspectos da vida do discurso que ultrapassam – de modo absolutamente legítimo – os limites da linguística” (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 207), sendo que, para ele, o discurso é a “[...] língua em sua integridade concreta e viva, e não a língua como objeto específico da linguística” (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 207). Contudo, ele ressalta que ambas devem se completar mutuamente, mas também não devem se fundir. Para ele, a linguagem, enquanto objeto da linguística, não possui relações dialógicas, pois estas são impossíveis entre elementos no sistema da língua, de forma que o estudo é feito com os fenômenos puramente linguísticos. Já acerca da metalinguística, que tem o discurso e as relações dialógicas no uso vivo e real da linguagem, ele pontua:

Assim, as relações dialógicas são extralinguísticas. Ao mesmo tempo, porém, não podem ser separadas do campo do *discurso*, ou seja, da língua como fenômeno integral concreto. A linguagem só vive na comunicação dialógica daqueles que a usam. É precisamente essa comunicação dialógica que constitui o verdadeiro campo da *vida* da linguagem. Toda a vida da linguagem, seja qual for o seu campo de emprego (a linguagem cotidiana, a prática, a científica, a artística, etc.), está impregnada de relações dialógicas (BAKHTIN, 2018 [1963], p. 209 – grifos do autor).

Bakhtin, assim, pensa a vida da linguagem quando trata da metalinguística/translinguística. Temos a metalinguística quando pensamos linguagem e sociedade extrapolando os níveis de sistema da língua e quando situamos o enunciado em seu tempo-espaço, pensando-o, portanto, historicamente. Assim, justificamos o cotejo com questões da vida, em que pensamos a “febre amarela ‘minions’” como um reflexo do sucesso de vendas feitas a partir da franquia *Meu Malvado Favorito*, mas não somente em termos de capital a partir de consumo físico (como já discutimos no tópico anterior – indústria cultural – e também nesse – transmídia), mas também como consumo simbólico e, assim, trazemos, mais especificamente, o termo “bolsominions” no cenário político brasileiro, que teve o seu uso aflorado na eleição presidencial de 2018 (e, assim, também justificamos as proporções tomadas,

⁹⁸ Translinguística e metalinguística são utilizados, aqui, como correlatos, pois ambos possuem a mesma ideia trabalhada pelo Círculo de Bakhtin. Contudo, na tradução utilizada no estudo, da obra *Problemas da poética de Dostoiévski* (2018 [1963]), o termo utilizado é metalinguística e assim o matemos ao longo do trabalho.

em nosso estudo, a respeito desse aspecto, pois assim também estava aflorado na vida). Detemo-nos, para isso, mais especificamente, em páginas e publicações da rede social *Facebook*.

O *Facebook*, como já discutimos anteriormente, é uma ferramenta utilizada para a comunicação. Dessa forma, vimos que a comunicação entre os sujeitos tem sido feita mediada por essa rede social, que não só conecta as pessoas, como possibilita formas de interação diferentes, como é o caso do curtir, do comentar e do compartilhar, que se tornam, nesse sentido, inovações na comunicação, pois agem como indicadores se a publicação (enquanto enunciado) agrada, desagrada, polemiza, reitera, denuncia, dentre tantas outras possibilidades, um determinado assunto. Desse modo, essa mídia social possibilita que o diálogo, em termos de responsividade, seja articulado de outra maneira.

A própria estrutura do *Facebook* propicia a criação de um novo tipo de interação, que gera, por sua vez, formas de comunicação e conhecimento diferentes, como é o caso das publicações que viralizam como memes e se transformam em um novo tipo de interação entre os sujeitos, como já vimos anteriormente. Como pensamos em um novo tipo de comunicação, citamos as páginas anteriores relacionadas aos minions, observando, especificamente, como os sujeitos-autores se aproveitam de um conteúdo que está na arte e, assim, criam novas significações para a vida. Nesse sentido, outras significações têm sido geradas a partir dos minions, sendo, inclusive, em uma esfera diferente do humorístico cotidiano. É o caso do termo “bolsominions”, amplamente utilizado nas redes sociais, em específico, no *Facebook*. A esse respeito, Lévy diz:

Sem fechamento dinâmico ou estrutural, a Web também não está congelada no tempo. Ela incha, se move e se transforma permanentemente. A World Wide Web é um fluxo. Suas inúmeras fontes, suas turbulências, sua irresistível ascensão oferecem uma surpreendente imagem da inundação de informação contemporânea. Cada reserva de memória, cada grupo, cada indivíduo, cada objeto pode tornar-se emissor e contribuir para a enchente. A esse respeito, Roy Ascott fala, de forma metafórica, em *segundo dilúvio*. O dilúvio de informações. Para melhor ou pior, esse dilúvio não será seguido por nenhuma vazante. Devemos portanto nos acostumar com essa profusão e desordem. A não ser em caso de catástrofe natural, nenhuma grande reordenação, nenhuma autoridade central nos levará de volta à terra firme nem às paisagens estáveis e bem demarcadas anteriores à inundação (LÉVY, 2000 [1997], p. 160-1 – grifos do autor).

Ou seja, no caso em que nos propomos a analisar, o termo “bolsominions”, criado e difundido nas redes sociais, promove esse segundo dilúvio citado pelo autor, pois a quantidade de informações relacionadas aos bolsominions (e aos minions, inicialmente) é crescente, sobretudo se observarmos o período eleitoral brasileiro do ano de 2018, que produziu esse termo

e o colocou em uso. Seleccionamos, especificamente, as páginas de *Facebook* que trazem em seu título o termo “bolsominions” e também no conteúdo de suas publicações. Como podemos observar, a aproximação é feita também por meio da arte (os filmes) mas, nesse caso, a relação de alteridade com o Gru é explicitada por conta da relação de trabalho presente entre os minions e o malvado favorito (o que não era presente nas publicações vistas anteriormente).

Entretanto, como observado, o uso do termo “bolsominions” não se limita à referência de um grupo social a outro. Em razão da língua ser viva, é possível observar o movimento sendo feito pelo outro lado, isto é, o grupo, antes denominado “bolsominion” pejorativamente, agora se utiliza do termo como denominação. Nesse sentido, o mesmo signo ideológico, “bolsominion”, muda de valoração não só conforme o grupo que o utiliza, como também de acordo com o sentido a ser gerado. Faraco diz que Volóchinov, em *Marxismo e filosofia da linguagem*,

Estabelece explicitamente uma vinculação estreita entre classes sociais e a estratificação socioaxiológica da linguagem, descrevendo esta como decorrente daquela. Nessa linha, afirma que classe social e comunidade semiótica não se confundem na medida em que as diferentes classes sociais se servem da mesma língua, atravessando-a, no entanto, com diferentes (e contraditórios) índices de valor. Por isso, em suas palavras, o signo se torna a arena onde se desenvolve a luta de classes (FARACO, 2009, p. 71).

Dessa forma, pensamos em como o termo “bolsominions” está presente na sociedade, como um todo e, a partir dessa presença, ganha sentidos diferentes a depender do grupo que o utiliza, pensando na finalidade que revela o tom valorativo presente no signo ideológico. Retomamos, aqui, nossa discussão feita anteriormente sobre tema e significação, baseada em Volóchinov (2017 [1929]), para que possamos pensar em um enunciado essencialmente individual e irrepitível, expressando a situação histórica concreta que o gerou, segundo o autor.

É importante ressaltar, como o autor pontua, que tema e significação estão intimamente relacionados, de modo que não existem separados no signo. Desse modo, ao nos voltarmos para o termo “bolsominions”, tal qual o temos compreendido a partir da sua circulação (utilização) no *Facebook*, especificamente, vemos como, a cada novo uso, os temas se tornam outros, criando uma relação dialógica (de embate, não de diálogo consensual harmônico) com o uso anteriormente feito. Nesse sentido, Volóchinov (2017 [1929], p. 230 – grifos do autor) afirma: “A pluralidade de significações é uma propriedade constitutiva da palavra”, desenvolvida em diferentes temas, porque não é inerte e constante, se o fosse, a palavra seria um sinal e não palavra viva, da língua que se desenvolve e se amplia, segundo o autor.

Volóchinov (2017 [1929], p. 101) diz que “[...] em torno de todo signo ideológico se formam como que círculos crescentes de respostas e ressonâncias verbais”, de modo que pensamos na responsividade do sujeito como uma forma de observar essas respostas e ressonâncias ao redor do signo ideológico, pois eles respondem, ativamente, com sua vida (isto é, com seus atos) acerca do mundo que os cerca, construindo, portanto, novos sentidos acerca de diferentes signos ideológicos, de modo a reiterá-lo, confirmá-lo, questioná-lo, dentre tantas outras possibilidades advindas do embate.

Voltamos, assim, ao termo “bolsominions”, surgido pela movimentação do período eleitoral brasileiro, em 2018. Por volta de maio desse referido ano, há a presença de publicações, no *Facebook*, utilizando o termo, contudo, quanto mais próximo do dia da eleição, mais utilizações para o termo encontramos, sendo que ele não se limita, por sua vez, somente aos títulos de páginas de *Facebook*, como apontamos, metodologicamente, no capítulo 1, sendo o seu uso feito em publicações de páginas que, muitas vezes, não trazem o termo em seu título. Fora da rede social *Facebook*, é possível encontrar, também, o termo, pois seu uso não se limita à uma rede social em específico, mas está difundido nas mais diferentes mídias.

Dessa forma, vemos como os “bolsominions” ganharam destaque no *Facebook* por meio de páginas, curtidas, comentários e compartilhamentos que deram, cada vez mais, visibilidade para quem eles são – ou quem não são. Inicialmente, o uso do termo foi feito por um grupo de oposição ao (até então) candidato político à presidência, Bolsonaro. O “bolso” é referência ao nome do político (o prefixo) e o “minions”, aos seres unicelulares amarelos presentes nos filmes. Com essa junção, temos os “bolsominions” em referência aos eleitores do político Bolsonaro que assim foram denominados pelo apoio ao político, bem como pelas características subjetivas próximas aos dos minions (como discutimos em tópicos anteriores, a servidão e a fidelidade incondicional).

Disso, decorrem três tipos de páginas no *Facebook*: (a) páginas que possuem, em seu título, o termo e criticam os bolsominions, sendo próprias para isso (ou seja, são contra o político Bolsonaro); (b) páginas que possuem, em seu título, o termo mas, de modo apropriado, fazem postagens a favor do político Bolsonaro, autodenominando-se, portanto, como os próprios bolsominions, positivamente; e (c) páginas que não trazem menção a esse termo em seu título, mas fazem publicações e/ou recebem comentários utilizando o termo “bolsominions”. Como já exposto no primeiro capítulo, trataremos, mais especificamente, das páginas no formato (a) e (b) para pensarmos na questão do tema e da significação na língua, presente em um signo ideológico (“bolsominions”), de acordo com o Círculo de Bakhtin.

Quando pertinente, utilizaremos, também, como cotejo, as páginas no formato (c) para ilustrarmos outros tipos de publicações que surgem a partir do uso concreto do termo.

As páginas selecionadas, segundo o critério de popularidade (logo, maior circulação) no formato (a) são intituladas “Bolsominions”, “Todo dia Tem um Bolsominion passando Vergonha”, “Meu Bolsominion Secreto” e “Bolsominions Arrepêndidos”. Já as páginas no formato (b) são: “Bolsominions”, “Bolsominions Sinceros”, “Bolsominions Patriotas” e “Somos Bolsominion”⁹⁹. Tratamos, inicialmente, das páginas em dois grupos separados para mostrar o funcionamento de cada tipo, para, depois, mostrar como está posto o diálogo entre as duas significações distintas que o termo adquiriu.

Como é possível observar nas páginas desfavoráveis ao político Bolsonaro, embora o título traga o termo “bolsominions”, não encontramos publicações que utilizem imagens que referenciam, em suas publicações, os minions enquanto sujeitos semelhantes aos eleitores do político. A referência aos bolsominions é feita, principalmente, no plano das ideias e do comportamento massivo e robotizado, isto é, que reproduzir ideias prontas e que não creditam a individualidade de cada sujeito, a sua capacidade crítica. Os bolsominions são colocados como uma massa robotizada, em termos de pensamento e comportamento, visto que as publicações, também em formato de imagens em montagem, são feitas para mostrar as ações políticas de Bolsonaro e como os seus apoiadores (aqui, os bolsominions) reagem e defendem.

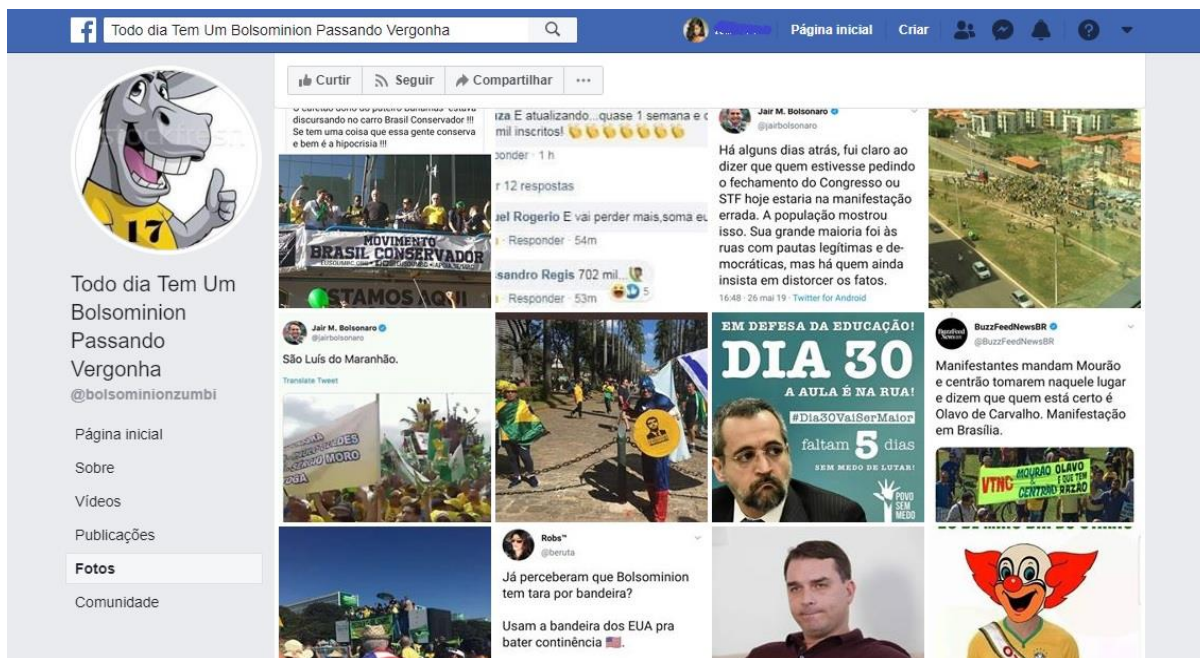
As páginas a seguir, assim como vimos as páginas sobre minions, revelam uma ideia geral de como é feita a construção acerca desse tipo de conteúdo, pensando na questão de estilo de publicação. Desse modo, podemos compreender como são feitas as publicações em formato de imagem:

⁹⁹ A página inicial, escolhida por meio do critério de popularidade, intitulada “Bolsominion, é a mãe” foi excluída entre o processo de levantamento de dados e coleta e o processo de escrita do capítulo analítico. Desse modo, substituímos a página por outra, “Somos Bolsominion”, pois dentre as páginas da tabela era a próxima com maior número de curtida e que atendia aos critérios estabelecidos.

Figura 67 - Publicações da página "Bolsominions"

Fonte: Facebook¹⁰⁰

Figura 68 - Publicações da página "Todo dia Tem um Bolsominion Passando Vergonha"

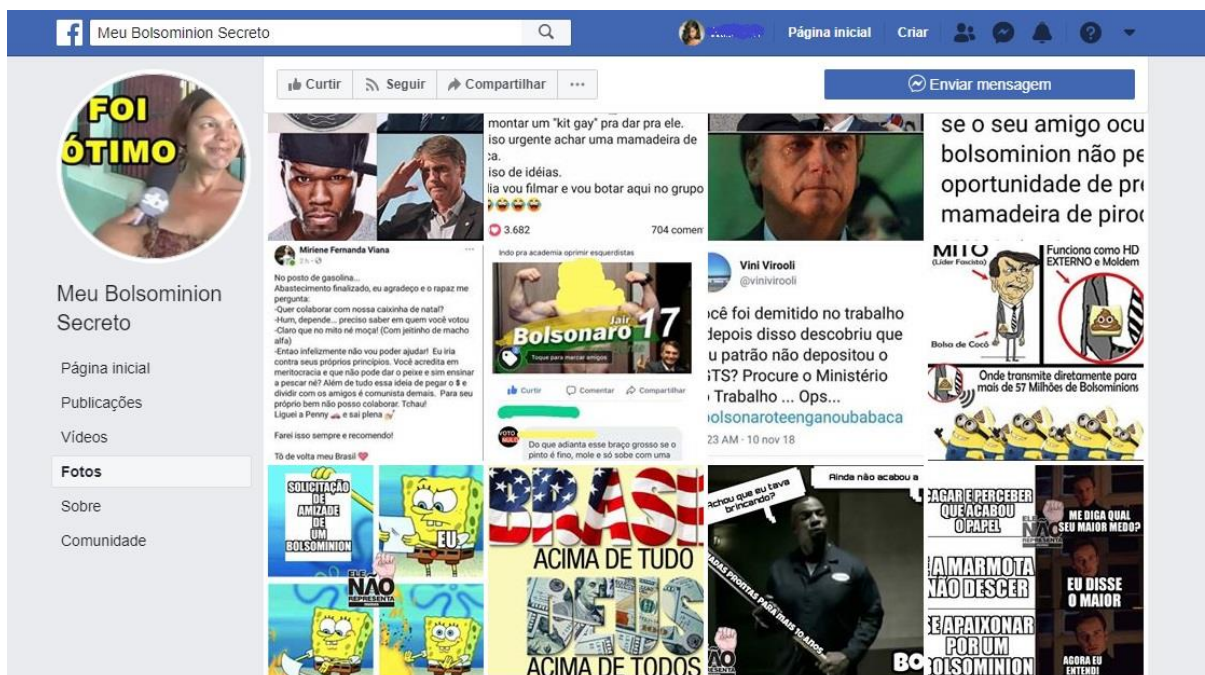
Fonte: Facebook¹⁰¹¹⁰⁰ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/osbolsominions/photos/?tab=album&album_id=180646935828566&ref=page_internal>. Acesso em: 26/05/2019.

¹⁰¹ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/bolsominionzumbi/photos/?tab=album&album_id=111604529513805&ref=page_internal> Acesso em 26/05/2019.

Figura 69 - Publicações na página "Meu Bolsominion Secreto"



Fonte: Facebook¹⁰²

Figura 70 - Publicações na página "Bolsominions Arrependidos"



Fonte: Facebook¹⁰³

¹⁰² Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/Meu-Bolsominion-Secreto-896873324034744/photos/?tab=album&album_id=896874094034667&ref=page_internal> Acesso em: 26/05/2019.

¹⁰³ Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/euaviseiiii/photos/?tab=album&album_id=2168321586718951&ref=page_internal>. Acesso em: 26/05/2019.

Já nas páginas seguintes, classificadas como tipo (b), observamos, nas publicações em formato de imagem, uma relação direta entre a imagem dos minions e as ideias defendidas pelos eleitores do político Bolsonaro, de modo que há, assim, uma aproximação do termo com a imagem veiculada pelos filmes. Nessas páginas, a imagem dos minions, tal qual aparece ao longo dos filmes, é trazida como uma forma de reiterar o que vemos nas telas: a imagem, quando não trazida no formato de recorte dos próprios filmes (fotogramas), é reproduzida no formato de montagem, de acordo com algumas publicações das páginas a seguir, conforme visto nas figuras:

Figura 71 - Publicações na página "Bolsominions"



Fonte: Facebook¹⁰⁴

¹⁰⁴ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/bolsominions1.0/photos/?tab=album&album_id=107976723231340&ref=page_internal>. Acesso em: 26/05/2019.

Figura 72 - Publicações na página "Bolsominions Patriotas"



Fonte: Facebook¹⁰⁵

Figura 73 - Publicações da página "Bolsominions Sinceros"



Fonte: Facebook¹⁰⁶

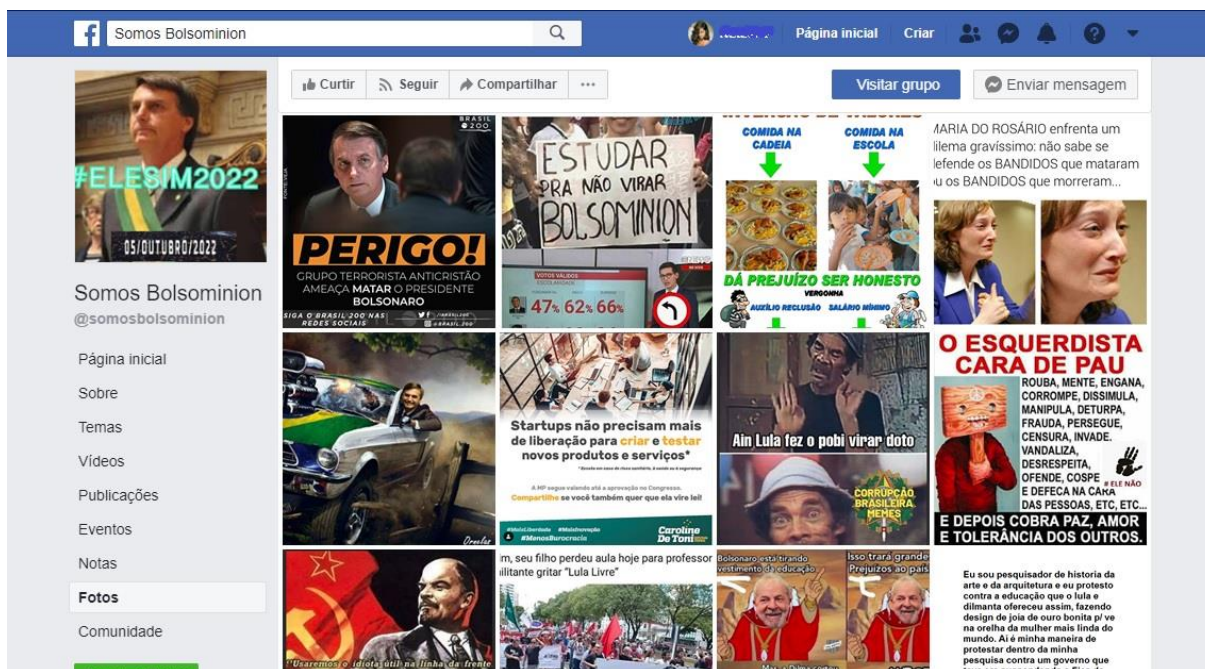
¹⁰⁵ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/bolsominiosPatriotas/photos/?tab=album&album_id=331453604040148&ref=page_inter>. Acesso em: 26/05/2019.

¹⁰⁶ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pg/bolsominionssinceros/photos/?tab=album&album_id=118917445623039&ref=page_internal> Acesso em: 26/05/2019.

Figura 74 - Publicações na página "Somos Bolsominion"



Fonte: Facebook¹⁰⁷

Dessa forma, chegamos à conclusão de que há duas formas de representação dos bolsominions, todas por meio do diálogo. Ora esse diálogo se materializa com referências diretas no enunciado (como nos filmes, isto é, trazem a imagem dos filmes), ora com referências que retomam, mas não estão marcadas diretamente no enunciado (isto é, sem a presença dos minions dos filmes). A forma de representação dos bolsominions no plano dialógico, sem a presença tal qual representada nos filmes, é vista em páginas favoráveis e desfavoráveis ao Bolsonaro e ao atual governo. Assim, o bolsominion é retratado ou por meio da nomeação (o termo) em alguma publicação ou por meio de publicações que trazem as ideias contrárias e contraditórias defendidas pelos sujeitos desse grupo social (atuando, inclusive, como uma denúncia). Esse intercâmbio de sentidos e formas diferentes de representações ocorre porque a compreensão dos sujeitos – acerca do mundo – é ativa, como pontua Volóchinov:

Compreender um enunciado alheio significa *orientar-se em relação a ele*, encontrar para ele um lugar devido no contexto correspondente. Em cada palavra de um enunciado compreendido, acrescentamos como que uma camada de *nossas palavras responsivas* (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 232 – grifos nossos).

¹⁰⁷ Disponível em:

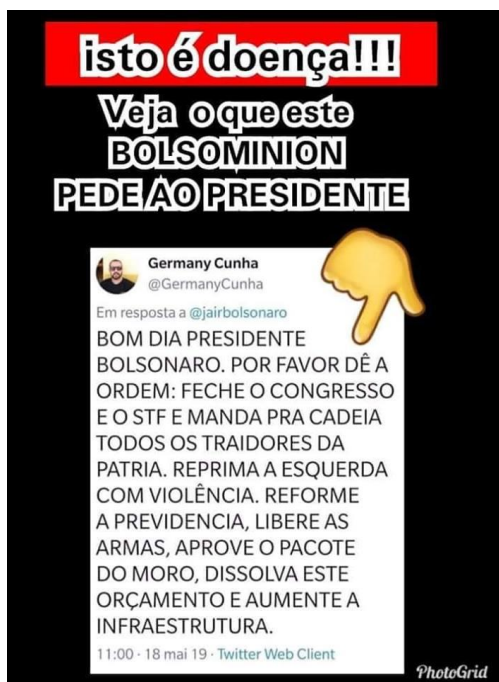
<https://www.facebook.com/pg/somosbolsominion/photos/?tab=album&album_id=214523045900884&ref=page_internal>. Acesso em: 26/05/2019.

Desse modo, podemos pensar, também, que toda compreensão do “outro” é dialógica, pois coloca o “eu” em uma relação de interação com esse “outro” e seu mundo. Segundo Volóchinov, “a compreensão busca uma *antipalavra* à palavra do falante” (VOLÓCHINOV, 2017 [1929], p. 232), isto é, antipalavra não no sentido de negação da palavra do outro, mas de relação dialógica, de palavra outra, que se coloca e se posiciona ativamente, responsiva e responsabilmente, mediante o que vem antes e semeia a possibilidade do que virá depois. Portanto, pensamos, em termos de diálogo, no posicionamento do grupo anti-bolsominion à uma postura de eleitorado político que, conseqüentemente, gera uma resposta por parte desse grupo que passa a se caracterizar como bolsominion, em compreensão ativa, como antipalavra ao que foi, anteriormente, enunciado por um grupo contrário ao seu. Recuperamos esse embate de posicionamentos ao visualizarmos, anteriormente, as páginas de *Facebook*, bem como as publicações que revelam as valorações de cada grupo, conforme vemos a seguir.

As publicações seguintes são exemplos em que observamos o uso do termo “bolsominion”, feito, por sua vez, como forma de crítica em referência ao eleitorado político, contudo, sem trazer junto a imagem representada dos minions tal qual nos filmes, pois o uso, já difundido e circulado por diversas páginas, não requer, já nesse momento, uma associação da imagem dos filmes com o eleitorado político, de modo que a relação dialógica entre minions e bolsominions é colocada quando traz uma situação política e o posicionamento contrário do grupo que representa os bolsominions de tal forma. Assim, podemos observar que a valoração dada ao termo versa sobre dois tons diferentes, o humorístico e o acusativo – sendo possível encontrar, também, a presença dos dois em uma mesma publicação.

Observamos, de antemão, que nas publicações seguintes não há a presença dos minions como seres cilíndricos e amarelos para representar o que é o “bolsominion”, o motivo da denúncia e da ironia nas publicações. Embora tenhamos selecionados apenas 3 (três) imagens para ilustrar, há diversas outras publicações como essas, de forma que podemos observar, a partir das três, o modo de construção enunciativo que revela um estilo de produção:

Figura 75 - Publicação sem referência fílmica aos minions



Fonte: *Facebook*¹⁰⁸

Na primeira publicação, há uma montagem feita com tom acusativo e denunciativo sobre o que é ser bolsominion. Com destaque vermelho, cor que, nesse caso, remete a um alerta, há o enunciado “isto é doença!!!”, seguida da mensagem “Veja o que este BOLSOMINION PEDE AO PRESIDENTE”, e, em seguida, há um tweet¹⁰⁹ recortado da rede social *Twitter*, em que um usuário (na publicação, chamado de bolsominion), em resposta a um *tweet* do *Twitter* oficial de Bolsonaro, pede que o presidente dê a ordem de fechamento do Supremo Tribunal Federal, isto é, pleiteia que ele faça uma repressão violenta ao grupo de oposição e libere o armamento da população.

Como podemos observar, pautas que são comumente relacionadas a esse grupo (autoritarismo, armamento e violência) são tidas com absurdas e fora da realidade por quem assina o enunciado, por isso são denunciadas em publicações como essa pelo grupo que faz oposição aos bolsominions. Portanto, o uso do termo “bolsominion” é uma forma de ressignificar o que é ser minions, mas, ainda assim, está relacionado com a esfera midiática do

¹⁰⁸ Disponível em <<https://www.facebook.com/bolsominionzumbi/photos/a.111604529513805/328270184513904/?type=3&theater>>. Acesso em: 26/05/2019.

¹⁰⁹ O tweet é a forma de comunicação (publicação) feita pelos usuários da rede social *Twitter*, que se limita a 140 caracteres por mensagem (publicação).

cinema, porque a relação dialógica é estabelecida mesmo sem a presença efetiva das personagens.

Figura 76 - Publicação sem referência fílmica aos minions



Fonte: *Facebook*¹¹⁰

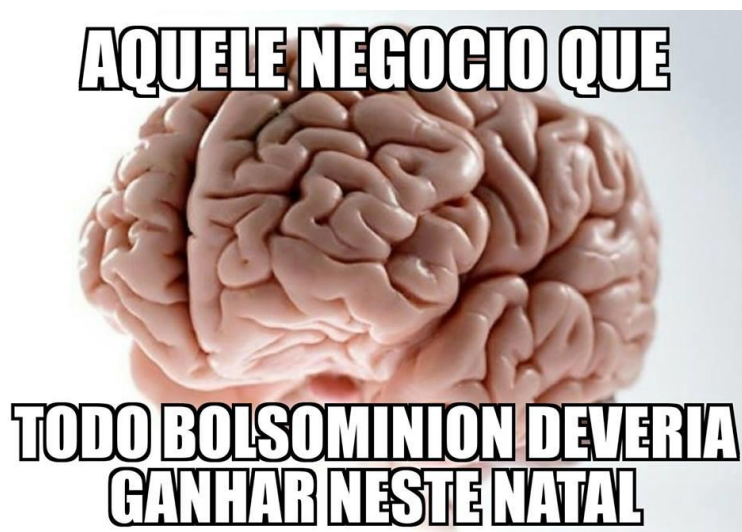
Nessa publicação, temos outra imagem em que o termo “bolsominion” é utilizado sem a efetiva presença da imagem dos minions, por já estar incutido no termo “bolsominions” o que isso representa (construído tanto pelos filmes quanto pela circulação dessa ideia que foi se materializando junto aos filmes). Nessa montagem, há uma cena recortada do filme *Bird Box* (2018), em que as personagens Gary e Cheryl protagonizam uma cena de tensão em que Gary tenta, forçadamente, faz Cheryl abrir os seus olhos e ser tomada pelo impulso de cometer suicídio (o mistério que ronda o filme inteiro). Nesse caso, ressignificado, o tom é humorístico porque coloca Cheryl como o bolsominion e Gary como contrário ao bolsominion, logo, quem o força a abrir os olhos e ver algo que ela não quer ver.

A montagem tem como legenda “Eu tentando fazer os bolsominions verem as mentiras do Bolsonaro”, de modo que, por meio do humor, há uma crítica ao Bolsonaro e ao seu eleitorado político (os bolsominions), quando aproximam, mais uma vez, a arte (personagens de *Bird Box*) da vida (as ações de Bolsonaro e seus apoiadores). O diálogo, nessa publicação, ocorre tanto entre arte e vida quanto entre arte e arte, porque coloca os minions (que, na vida, são bolsominions) como personagens de um outro filme, o *Bird Box*.

¹¹⁰ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/euaviseiiii/photos/a.2168321586718951/2201919626692480/?type=3&theater>>. Acesso em: 26/05/2019.

Figura 77 - Publicação sem referência fílmica aos minions



Fonte: *Facebook*¹¹¹

Por fim, nessa última publicação, não há um diálogo com outras obras, como no caso anterior, mas há um tom humorístico também envolvendo a imagem dos bolsominions e o político que eles apoiam, pois ao criarem a montagem e colocarem um cérebro, em segundo plano, mas no centro da cena, com destaque para o enunciado “Aquele negocio que todo bolsominion deveria ganhar neste Natal”, divididos na parte superior e inferior da imagem, coloca-se em questionamento, por meio do riso, a capacidade intelectual dos bolsominions, ao associarem a ausência de cérebro (já que eles deveriam ganhar um de presente) ao apoio que eles dedicam ao Bolsonaro. Há, também, um distanciamento axiológico entre quem assina o enunciado e quem é criticado por ele, pelo uso do pronome demonstrativo “aquele” que separa, em repulsa e tempo-espaço, os sujeitos no/do enunciado. O diálogo entre arte e vida se dá na medida em que os minions, nos filmes, são bobos, não questionam, obedecem e agem, fielmente, de acordo com as vontades de Gru, o patrão-chefe e os bolsominions, no plano da vida, comportam-se de maneira semelhante, por isso a ausência de um cérebro (a imagem em destaque nessa publicação).

Os enunciados dos sujeitos são elos na cadeia da comunicação discursiva, embora sejam únicos e singulares, de modo que o atual dito é, de certa maneira, uma retomada de discursos anteriores. Por isso, temos, nessas publicações, uma imagem de bolsominions já consolidada, pois não é preciso trazer a imagem dos filmes junto aos enunciados para que o sujeito que

¹¹¹ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/896873324034744/photos/a.896874094034667/913731575682252/?type=3&theater>>. Acesso em: 26/05/2019.

recebe, lê e compreende esse enunciado crie sentidos a partir dela. A ausência da imagem fílmica dos minions é uma forma de mostrar, como temos chamado ao longo do estudo de “febre amarela ‘minions’”, como os minions se espalharam socialmente, não só em produtos de consumo físico, mas também no plano simbólico e, em razão disso, difundiu-se a ideia de minions que está presente na esfera política brasileira atual, desde a eleição presidencial de 2018, em uma reação-resposta não prevista.

Todavia, eles não aparecem de qualquer forma e não são ressignificados de qualquer maneira, os sujeitos-autores dessas publicações trazem o tom humorístico, em muitas das vezes, como uma forma de denunciar e fazer chacota com a imagem do bolsominion, como vimos nos três exemplos anteriores. Bakhtin (2013, p. 63 – grifo do autor), ao tratar sobre o riso na Idade Média e no Renascimento, diz que “[...] o riso da Idade Média, durante o Renascimento, tornou-se a expressão da consciência nova, livre, crítica e *histórica* da época”. Prosseguindo, ele afirma que o riso medieval estava fora de todas as oficialidades, expurgado, dentre tantas possibilidades, da etiqueta social e dos gêneros de ideologia oficial, de modo que era o tom sério que caracterizava essa cultura.

De acordo com Soerensen (2011, p. 325), “absolutamente extra-oficial, embora legalizado, o riso medieval possui ligação indissolúvel e ativa com a liberdade – ainda que relativa e de caráter efêmero por manter vínculos diretos com a Igreja e o Estado.” Ou seja, o riso medieval, para Bakhtin, era “uma resposta à censura exterior – à cultura oficial e séria” (SOERENSEN, 2011, p. 325) e também uma libertação do indivíduo, segundo a autora. Para a autora, “o riso liberta de tudo que oprime, principalmente, o medo limitador” (SOERENSEN, 2011, p. 325), desse modo é que pensamos essa categoria do riso, concebida no contexto da Idade Média e do Renascimento, para os dias atuais e enunciados contemporâneos, tais como os apresentados anteriormente.

Contudo, há casos de publicações, ainda que menos recorrentes, nas páginas selecionadas como cotejo, em que o uso do termo aparece também de forma dialógica, mas está materializada no enunciado não só a ideia que se tem, a partir das valorações de um grupo, o que é ser bolsominion, como também há a imagem dos minions, tal qual presente nos filmes, como referência.

Figura 78 - Publicação com referência fílmica aos minions



Fonte: Facebook¹¹²

Na figura, há uma representação diferente de cada minion para simbolizar cada tipo de eleitor e apoiador do Bolsonaro, acompanhando de uma breve descrição do que é esse perfil de eleitorado. Ainda, nessa publicação, o termo “bolsominions” não aparece marcado e dá lugar somente às representações fílmicas dos minions e ao próprio termo “minions”, de modo que é compreensível e aceitável usar o termo “minions” como referência aos “bolsominions”, uma vez que não é preciso, dentro desse contexto de situação, trazer o prefixo “bolso-” para referenciar o Bolsonaro e seus apoiadores, pois ser minion, nesse contexto político brasileiro de 2018 em diante, já é tido como ser “bolsominion” e mesmo que a palavra não apareça, o sentido é criado pelo modo como a publicação é construída e veiculada.

Nesse caso, o grupo contrário ao Bolsonaro utiliza os minions como uma referência dos eleitores de diferentes tipos, mostrando alguns de seus discursos incoerentes quando defendem ou apoiam as ideias políticas, indo desde um caso mais ameno, o “arrepentido”, que surgiu

¹¹² Disponível em:

<<https://www.facebook.com/osbolsominions/photos/a.180646935828566/432045637355360/?type=3&theater>>. Acesso em: 26/05/2019.

depois das eleições em que Bolsonaro foi eleito como presidente, até o caso mais extremo, o “biruta”, em que o sujeito não aceita opiniões contrárias às suas. Como podemos observar, o modo como esses (bolso)minions são construídos é recorrente, a partir de um tom humorístico e acusativo, ou seja, o grupo contrário ri, ao mesmo tempo que acusa, dos bolsominions que agem dessa forma aciona alguns mecanismos. São utilizadas, para tanto, diferentes imagens fílmicas dos minions, sendo que, uma delas, a denominada “o bird box”, é um diálogo com outro filme do ano de 2018, como já tratado em uma publicação de *Facebook* anterior, de modo que as críticas e o riso são construídos a partir de assuntos atuais, pois isso é típico do modo como esses tipos de conteúdos surgem na internet e nas redes sociais – fluidos e dinâmicos, de fácil diluição – como memes.

Como temos falado do riso bakhtiniano, destacamos que ele surge e é utilizado como uma forma de oposição ao sério e oficial, assim, podemos encontrar, nas publicações desse tipo, o riso como uma forma de resistência à ordem vigente e instaurada, não é o riso pelo riso, mas o riso como um instrumento nas mãos daquele que o utilizam para a desestabilização do sério. Por isso, a publicação não possui só o tom humorístico, mas também se propõe a denunciar e acusar o modo como esse grupo (de bolsominions) se configura socialmente. Para Bakhtin (2013, p. 81), “[...] o riso foi uma forma defensiva exterior” no contexto da Idade Média, mas não só isso:

O riso não é forma exterior, mas uma *forma interior* essencial a qual não pode ser substituída pelo sério, sob pena de destruir e desnaturalizar o próprio conteúdo da verdade revelada por meio do riso. Esse liberta não apenas da censura exterior, mas antes de mais nada do grande *ensor interior*, do medo do sagrado, da interdição autoritária, do passado, do poder, medo ancorado no espírito humano há milhares de anos (BAKHTIN, 2013, p. 81 – grifos do autor).

Então, temos o riso como uma forma de crítica, de libertação e de oposição a um governo vigente, isto é, uma crítica aos eleitores ao mesmo tempo em que, indiretamente, critica-se também o político, porque ao criticar o apoio que os bolsominions dedicam ao Bolsonaro, eles também criticam o próprio Bolsonaro e suas ações. O riso é típico do sujeito, como podemos compreender por meio de Bakhtin, pois ele é forma interior essencial, logo, diz respeito ao sujeito e às próprias censuras internas que eles podem vir a ter, como forma de reflexo de momentos de tensão e medo que são vivenciados há anos. E é por meio do riso, segundo Bakhtin, que os sujeitos, enquanto povo, possuem uma arma de liberação em suas mãos

(BAKHTIN, 2013, p. 81), pois não há possibilidade de torná-lo inteiramente oficial. Portanto, rir, bakhtinianamente, é uma forma do sujeito desestabilizar e se opor à seriedade vigente.

Figura 79 - Comportamento massivo dos bolsominions



Fonte: Facebook¹¹³

Um outro exemplo acerca de publicações relacionado aos bolsominions é quando não aparece, marcado do enunciado, o termo, mas há, pela configuração do enunciado, uma explicitação de quem eles são, pela forma de representação, como o formato físico dos minions, igual aos filmes. Nesse caso, a associação dos minions aos bolsominions é feita por dois tipos de comportamentos diferentes, um deles é o comportamento massivo robotizado. Na imagem acima, embora somente cinco bolsominions se destaquem, visivelmente, é possível depreender que se trata de um grupo grande de apoiadores que tem seu discurso de ódio validado a partir da fala do presidente, uma vez que, a partir de uma fala dele, suscitou, no grupo, diferentes outras respostas reafirmando uma posição que recai sobre os apoiadores. Esse enunciado, em

¹¹³ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/jornalistaslivres/photos/a.292153227575228/711886885601858/?type=3&theater>>. Acesso em: 15/10/2018.

específico, trata-se de uma charge, comumente utilizada para satirizar acontecimentos atuais, em forma de crítica, geralmente feitas por grupos de oposição.

Costa e Silveira (2018), no artigo “Efeito Bolsonaro: anatomia do autoritarismo”, discorrem sobre a emergência política de uma figura antidemocrática eleita “democraticamente”, chamada por eles de “efeito Bolsonaro”, em que é possível observar a circulação social de ideias autoritárias, em uma sociedade saída de um modelo militar ditatorial. Por isso, os autores investigam como o discurso autoritário ganhou forças em um regime democrático, mais ainda, como os sujeitos, enquanto eleitorado político, ajudaram nesse tipo de validação de discurso. Segundo os autores,

O que faz, portanto, com que o poder seja obedecido, não é meramente a funcionalidade de aparelhos repressivos como a polícia e forças de segurança do estado; mais que isso, é necessário que a própria estrutura social produza os policiais e os indivíduos que exercem tal controle repressivo (2018, p. 17).

Assim, o discurso autoritário ganha forças porque há, no próprio eleitorado, aqueles que coadunam com o discurso autoritário e, dessa forma, exercem um tipo de poder em relação a outros sujeitos. Nas publicações, como podemos observar, esse discurso reforçado surge quando o eleitorado político favorável a Bolsonaro se intitula de “opressor” quando se ampara no discurso do presidente para afirmar valorações pessoais que, não necessariamente, respeitam a integridade de outros sujeitos, de forma que esse grupo assume uma característica associada ao político. Dessa forma, Costa e Silveira afirmam: “Para que o autoritarismo aconteça é necessário que, para além de alguém que o exerça, exista eco desses sentidos em outros discursos” (2018, p. 28), pois o discurso político se torna enfraquecido para, então, o viés autoritário ganhar espaço (COSTA; SILVEIRA, 2018, p. 27). Bakhtin, em “O discurso no romance”, em *Questões de literatura e de estética* (2014), diz que

O objetivo da assimilação da palavra de outrem adquire um sentido ainda mais profundo e mais importante no processo de formação ideológica do homem, no sentido exato do termo. Aqui, a palavra de outrem se apresenta não mais na qualidade de informações, indicações, regras, modelos, etc., – ela procura definir as próprias bases de nossa atitude ideológica em relação ao mundo e de nosso comportamento, ela surge aqui como a *palavra autoritária* e como a *palavra internamente persuasiva*.

Apesar da profunda diferença entre estas duas categorias da palavra de outrem, tanto a autoridade da palavra como a sua persuasão interior podem se unir em uma única palavra, ao mesmo tempo, autoritária e internamente persuasiva.

[...]

A palavra autoritária exige de nós o reconhecimento e a assimilação, ela se impõe a nós independentemente do grau de sua persuasão interior do que diz respeito; nós já a encontramos unida à autoridade. A palavra autoritária, numa

zona mais remota, é organicamente ligada ao passado hierárquico (BAKHTIN, 2014, p. 142-3).

Dessa forma, se pensamos no modo como os bolsominions estão representados na imagem anterior e também na publicação a seguir, temos o discurso autoritário de Bolsonaro transformado em discurso internamente persuasivo pelos bolsominions, na tentativa de suavização e relativização das falas do Bolsonaro, bem como de coadunação, porque se colocar favorável a esse tipo de discurso é se colocar como apoiador integralmente e não como questionador do que é dito – como os minions que não questionam o roubo da lua, mas se movimentam para criar os meios necessários para Gru realizar tal feito. Podemos pensar, contudo, não só no autoritarismo das ações, mas em um discurso de ódio que é voltado para diferentes grupos dentro da sociedade. Como visto anteriormente, a situação da morte de uma pessoa é trazida para o âmbito político como justificativa para ela ter sido morta, como se o partido político ao qual uma pessoa estava filiada (“Menos uma petralha no mundo!”) pudesse garantir ou não o seu direito à vida. Aqui, “petralha” é uma referência ao eleitorado político do PT - Partido dos Trabalhadores.

Há outras falas ecoadas pelos bolsominions, a partir da fala inicial de Bolsonaro, na charge, que nos remetem ao discurso autoritário e, também, ao discurso de ódio, como, por exemplo “Colheu o que plantou!” e “Estava engajada com bandidos”, proferidas pelos bolsominions em destaque em meio à multidão. Há, também, alguns balões de falas com símbolos que remetem ao insulto e xingamento, pois assim é que os bolsominions são vistos socialmente, logo, também é a forma com a qual são retratados.

Dessa forma, o que observamos, nesse tipo de discurso reforçado pelos próprios bolsominions, é a presença de um outro discurso que abre margem para que, assim, eles possam se posicionar frente aos valores conservadores, preconceituosos e desumanos que sempre tiveram, mas que, por não terem um discurso de autoridade, viviam “adormecidos” – até o momento da vitória, na eleição presidencial, de um político que reforça e defende tais valores – em nome da família e do cidadão de bem. Segundo Bakhtin (2013, p. 144), “o discurso autoritário exige o nosso reconhecimento incondicional [...]. Ela se incorpora indissolúvelmente à autoridade – o poder político, a instituição, a personalidade – com ela permanece e com ela cai”.

O autoritarismo, segundo Costa e Silveira (2018), é uma questão não só de silenciamento (censura), mas também de fazer com que os sujeitos, em diferentes esferas discursivas, unam-se para a validação de um ponto em comum: o desejo de postular, autoritariamente, determinadas interpretações (COSTA; SILVEIRA, 2018, p. 32) que

privilegiam um grupo em detrimento de outro. Portanto, quando olhamos para essas manifestações de linguagem a partir do termo “bolsominions”, encontramos não só o uso feito por um grupo em específico, mas por outro também que, ao fazê-lo, coloca as valorações presentes no interior daquela organização social. E, a partir desse uso, podemos ver como o discurso autoritário é reforçado em outras áreas da atividade humana, em formato de apoio, quando sujeitos se apropriam e esvaziam de sentido um termo “original” para, assim, inserir a valoração do seu grupo.

Figura 80 - Discurso de Bolsonaro ecoado nos bolsominions



Fonte: Facebook¹¹⁴

¹¹⁴ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/ChargesContraOCoiso/photos/a.187240738840982/189145875317135/?type=3&theater>>. Acesso em: 31/10/2018.

Como observado na publicação anterior (uma charge veiculada no *Facebook*), intitulada “Tradução simultânea”, produzida depois do 1º turno e antes do 2º turno eleitoral, temos, na primeira cena, a representação do político dizendo: “Eu não aceito resultado diferente da minha eleição”, ao que um bolsominion traduz, simultaneamente, a fala do político, como uma justificativa: “Ele quer dizer que a maior parte das pessoas está com ele, por isso, se ele não for o nosso presidente, é fraude”. Com isso, pensamos no que foi explicado anteriormente como “efeito Bolsonaro”, em que um discurso autoritário ganha eco, e, assim, reforça-se entre os sujeitos em diferentes esferas sociais, como é o caso das redes sociais, utilizadas, massivamente durante o período eleitoral (antes, durante e depois) como ferramenta de disseminação de informação (em muitas das vezes não-verídica).

Desse modo, a charge mostra, de maneira irônica, não só os bolsominions “traduzindo” e coadunando o discurso de Bolsonaro, como também mostram as manobras (movimentos) de linguagem que eles são levados a fazer para conseguirem defender seu político, de modo que a “tradução simultânea” tem esse sentido, de transformar um discurso absurdo em algo palatável e digerível pela população – e quem recebe essa função são os bolsominions que servem fielmente ao seu político como observamos na imagem, mesmo que questões como educação, trabalho e meio-ambiente (de interesse comum, independente de qual partido o sujeito esteja filiado) sejam distorcidas para que possam parecer aceitas por quem as escuta, uma vez que Bolsonaro, na charge, vai em direção oposta à defesa desses temas de interesse comum.

O que vimos como discurso autoritário e discurso internamento persuasivo, em Bakhtin (2013), pode ser compreendido, nas publicações anteriores, como reflexo de um modo de fazer política do Bolsonaro que, pelos bolsominions, é defendido. Os sujeitos se colocam na função de defender o seu político e o defendem a qualquer custo. Suas palavras, embora firam questões humanas, como o último exemplo, em que a representação de Bolsonaro diz: “Ou menos direitos e emprego, ou todos os direitos e desemprego” e o bolsominion, tendo internamente se apropriado do discurso de Bolsonaro, sai em sua defesa, diz: “Olha aí o mito se preocupando com a qualidade de vida de nós, trabalhadores!”. Os sentidos podem ser visualizados nas duas situações.

A primeira situação é a de defesa, proteção e servidão incondicional dos bolsominions ao Bolsonaro (assim como ocorre com os minions e o Gru nos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito*), sendo que a segunda situação é a de os bolsominions não se aperceberem de que, ao ferir os direitos humanos, Bolsonaro também os atinge enquanto sujeitos inseridos no grupo da mesma classe ao qual se opõem – a alienação, como os minions dos filmes, que não se voltam para o próprio grupo. Embora isso esteja marcado em sua fala “a qualidade de vida de nós,

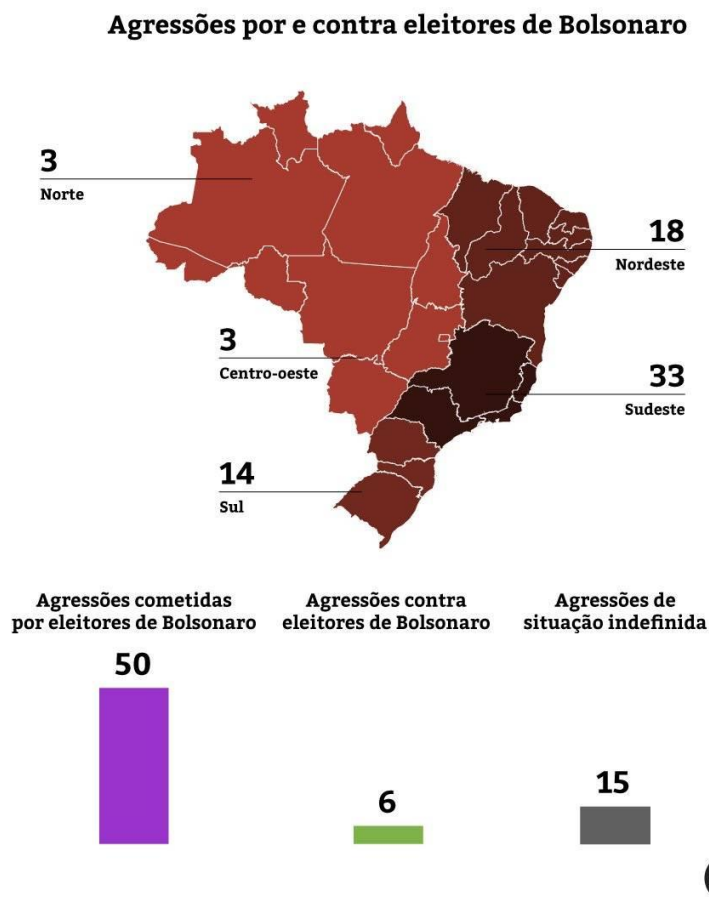
trabalhadores”, em que o pronome “nós” sugere o coletivo e abarca todos os sujeitos, logo, diz respeito aos trabalhadores, no geral, não só ao grupo de oposição política ao deles, tal condição não é compreendida em sua totalidade, porque os bolsominions, mesmo com perda de direitos trabalhistas, continuam demonstrando apoio àquele que os desumaniza enquanto classe trabalhadora.

Embora estejam materializadas em um tipo de enunciado artístico (charge) e veiculadas em uma rede social (o *Facebook*), essas situações, anteriormente analisadas, aproximam arte e vida, porque são reflexos e refrações sociais materializados em uma nova configuração enunciativa. Em uma matéria publicada pela revista *Exame* e assinada por Alice Maciel, Thays Lavor, Gabriele Roza, Alexsandro Ribeiro e José Lázaro Jr, em outubro de 2018, intitulada “Apoiadores de Bolsonaro realizaram 50 agressões no início de outubro”¹¹⁵, os autores demonstram, com o estudo, como os casos de violência se espalham pelo país e tem, em comum, o nome de Bolsonaro vinculado a eles.

Observamos, então, como esse é um discurso que está nas redes sociais, mas que, primeiramente, está na vida, nas relações entre os sujeitos. O que está representado nos enunciados como crítica, como denúncia e como acusação é fruto de um discurso autoritário que é reverberado em determinado grupo social e passa, assim, a ser legitimado e praticado na vida (e volta, portanto, para a arte, como forma de resistência).

¹¹⁵ Informações disponíveis em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/apoiadores-de-bolsonaro-realizaram-pelo-menos-50-ataques-em-todo-o-pais/>>. Acesso em 13/12/2019.

Figura 81 - Agressões por e contra eleitores de Bolsonaro



Fonte: Exame (Agência Pública/Divulgação)¹¹⁶

Trazemos a figura anterior, retirada da matéria da revista *Exame*, anteriormente referida, para mostrar o diálogo existente entre a situação vivenciada no país e a situação de representação desse discurso de ódio legitimado pelas falas e ações de Bolsonaro em publicações de *Facebook*. Esse “efeito Bolsonaro” (COSTA; SILVEIRA, 2018) não é só visto por quem está de fora do grupo apoiador, mas pelo próprio grupo que, ao se autodenominar “bolsominions”, traz, para o termo, as valorações presentes que carregam consigo e que, como apontamos, refletem um posicionamento semelhante ao candidato que eles apoiam. Ao olharmos para as publicações dos bolsominions (feitas pelos próprios bolsominions), observamos quais valorações estão incutidas nesse discurso que é ecoado a partir do presidente e tem se feito presente na sociedade na forma de discurso de ódio.

Dessa forma, um outro uso do termo “bolsominions”, como já apontamos anteriormente, é o feito pelos próprios eleitores que, em uma tentativa de mudar o sentido que o termo tem

¹¹⁶ Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/brasil/apoiadores-de-bolsonaro-realizaram-pelo-menos-50-ataques-em-todo-o-pais/>>. Acesso em 13/12/2019.

para um determinado grupo, passou a utilizá-lo para gerar, assim, um novo tema no signo ideológico. Bakhtin (2016, p. 52-3) diz que “os gêneros do discurso, no geral, se prestam de modo bastante fácil a uma reacentuação; o triste pode ser transformado em jocoso-alegre [...]”, de modo que um signo, presente em dado discurso e valorado de tal forma, pode ser reacentuado no contexto das relações sociais.

Devido à proporção tomada no período eleitoral presidencial brasileiro, temos trabalhado com a questão acerca dos “bolsominions”, de modo que podemos encontrar, nesse termo, que é um signo ideológico, a reacentuação de acordo com o grupo social que o utiliza. Portanto, quando pensamos, agora, no termo “bolsominions”, pensamos de maneira reacentuada, isto é, valorada de acordo com sujeitos que se colocam em relação dialógica com o termo inicialmente utilizado por outros sujeitos e, assim, passam a utilizá-lo com seus fins próprios.

A reacentuação, relacionada ao sujeito, é um posicionamento ativo no mundo, isto é, ela revela marcas que situam, espacial e temporalmente, aquele sujeito em relação ao mundo que o cerca. Reacentuar o termo “bolsominions”, nos enunciados que são compartilhados no *Facebook*, é uma forma de mostrar o uso da língua feito ideologicamente, de maneira viva, sobretudo. Bakhtin diz que

Quanto mais dominamos os gêneros, maior é a desenvoltura com que os empregamos e mais plena e nitidamente descobrimos neles a nossa individualidade (onde isso é possível e necessário), refletimos de modo mais flexível e sutil a situação singular da comunicação – em suma, tanto mais plena é a forma com que realizamos o nosso livre projeto de discurso (BAKHTIN, 2016, p. 41).

Isto significa dizer, no âmbito de nosso estudo, que os sujeitos, ao terem conhecimento dos gêneros e da forma de empregá-los (ou seja, o uso vivo da língua), empregam mais livremente a linguagem e esse modo de produzir seus discursos é melhor percebido. Logo, eles utilizam a língua a partir de situações concretas, isto é, a partir de discursos anteriores (e também posteriores) aos deles, estabelecendo, assim, seus enunciados como elo na cadeia da comunicação discursiva, ao mesmo tempo em que os tornam únicos. O diálogo é um embate e não pressupõe, necessariamente, concordância, mas sim um confronto de valorações observado por meio da interação social em que os sujeitos se relacionam:

Eis por que a experiência discursiva individual de qualquer pessoa se forma e se desenvolve em uma interação constante e contínua com os enunciados individuais dos outros. Em certo sentido, essa experiência pode ser

caracterizada como processo de *assimilação* – mais ou menos criador – das palavras *do outro* (e não das palavras da língua). Nosso discurso, isto é, todos os nossos enunciados (inclusive as obras criadas) é pleno de palavras dos outros, de um grau vário de alteridade ou de assimilabilidade, de um grau vário de aperceptibilidade e de relevância. Essas palavras dos outros trazem consigo a sua expressão, o seu tom valorativo que assimilamos, reelaboramos, e reacentuamos (BAKHTIN, 2016, p. 54 – grifos do autor).

Portanto, reiteramos, aqui, a forma com a qual os sujeitos utilizam as palavras da língua mas não somente, como também a utilizam a partir de enunciados de outros sujeitos, como é o caso do termo “bolsominions” que, a partir do uso feito por um grupo se oposição, também possibilitou a reacentuação para que outro grupo o apropriasse e o utilizasse de acordo com suas valorações. Podemos pensar, ainda, em “bolsominions” enquanto signo linguístico (ou, como vimos chamando, de “termo”), que passa a ser ideológico quando utilizado pelos sujeitos da vida, assim como temos demonstrado, para valorar uma parte da realidade à sua maneira. Volóchinov (2017 [1929], p. 99) diz que a palavra, além de ser o mais representativo dos signos, é também um signo neutro, pois pode assumir sentido(s) outro(s) a depender do uso feito no(s) enunciados(s), em diferentes esferas sociais. Nesse sentido é que pensamos “bolsominions” como signo linguístico (porque é o mesmo, independente do caso) para, então, ser um signo ideológico quando utilizado em uma situação concreta enunciativa, marcada por uma ou por outra valoração – porque, em cada uso específico, o signo linguístico se torna ideológico porque está presente um sentido diferente.

Nas publicações seguintes, reacentuadas de acordo com o próprio grupo anteriormente denominado (pejorativamente) de “bolsominions”, não observamos a menção direta ao termo “bolsominions”, mas a ideia de ser um bolsominion está marcada pelas imagens dos minions enquanto referência fílmica, isto é, representada. Como é possível observar, uma das formas de humor utilizada para a criação dos enunciados é pautada, de certa maneira, no discurso de ódio¹¹⁷. Selecionamos os enunciados a seguir como uma forma de demonstrar o que já havíamos dito anteriormente com o discurso autoritário associado ao discurso de ódio que, embora presente em uma configuração enunciativa dentro de uma rede social, não deixa de ser um reflexo social.

Ao resignificarem (reacentuarem) o termo, os bolsominions (que assim foram denominados por outros), passam a utilizar o termo como uma forma de mostrar as valorações às quais o grupo se filia. Desse modo, podemos perceber o diálogo com as publicações

¹¹⁷ O discurso de ódio nos bolsominions é um tema já tratado em artigo, em que a orientanda e a orientadora, utilizando-se dos mesmos exemplos aqui presentes, discutem a questão no cenário político atual. A previsão de publicação é 2020.

anteriores ao que tange ao discurso de ódio, por exemplo, em que o grupo mostra a sua visão acerca de determinados temas sociais e, assim, produz os enunciados relacionados à sua forma de ver e compreender a contemporaneidade. Para eles, o humor, presente nos enunciados seguintes, está em associar a imagem de feministas com os minions do mal (presentes em *Meu Malvado Favorito 2*), de coloração roxa e com aspecto físico próximo ao dos minions originais, mas com dentes e cabelos bagunçados. A objetificação da mulher é o que está em pauta nos dois casos, em que observamos um tipo de discurso recorrente relacionado a esse grupo, o de superioridade do homem em relação à mulher, ou seja, é a figura da mulher que é questionada e idealizada, a mulher é quem precisa se encaixar em um padrão ideal para esses sujeitos, homens, para que, por eles, possam ser aceitas socialmente.

Figura 82 - Bolsominions, bolsolindas e feministas



Fonte: Facebook¹¹⁸

Na imagem anterior, há uma “expectativa vs realidade” em relação à imagem da mulher ao que tange aos bolsominions quando acessam aplicativos de relacionamento¹¹⁹. No quadro superior, há a expectativa de uma mulher, a bolsolinda, em que o modelo idealizado é uma mulher de cabelos lisos e loiro platinado, maquiada e com feições sedutoras. Não é qualquer mulher, é a “bolsolinda”, a bolsominion mulher (defensora e apoiadora de Bolsonaro), a junção do prefixo “bolso-” e do sufixo “-linda” cria uma ideia de mulher esperada, idealizada e fora de

¹¹⁸ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/photos/a.110389262990086/111239602905052/?type=3&theater>>. Acesso em: 16/02/2019.

¹¹⁹ O Tinder é um aplicativo que possibilita que usuários tenham encontros a partir da utilização de um perfil em que eles dão “match” (combinam) diante de interesses em comum.

realidade, em muitos dos casos. – que está de acordo com o padrão físico esperado e também com o posicionamento político daquele que a objetiva.

O aspecto ideológico está presente na junção do “bolso” e do “linda” para formar essa ideia de mulher, que não é qualquer mulher, não só uma mulher com padrão e imposição social, mas que, além de linda, precisa ser apoiadora do Bolsonaro. Caso não preencha todos esses requisitos, ela deixa de ser um padrão desejável e admirável e passa a ser um padrão odiável: uma feminista, como é possível observar no quadro inferior, em que a expectativa não coincide com a realidade e, portanto, ao invés de se deparar com uma bolsolinda, o bolsominion se depara com uma feminista. E não é qualquer feminista (signo verbal) que está presente nesse enunciado, mas uma feminista escrita com a cor vermelha – o que nos remete, ideologicamente, ao PT – Partido dos Trabalhadores, uma recorrência crítica de Bolsonaro e dos bolsominions.

Figura 83 - Bolsominions e feministas



Fonte: Facebook – “Bolsominions Sinceros”¹²⁰

Já na imagem anterior, para os bolsominions, ser feminista, além da representação de um minion do mal (que, nesse caso, está com a coloração vermelha¹²¹ – marca que a associa ao PT – Partido dos Trabalhadores), também está ligada às palavras “patriarcadu” (patriarcado) e

¹²⁰ Disponível em:

<https://www.facebook.com/bolsominionssinceros/photos/a.118917445623039/118917675623016/?type=3&theater>. Acesso em: 26/05/2019.

¹²¹ A cor vermelha é uma recorrência no discurso de ódio direcionado ao PT – Partido dos Trabalhos e seus eleitores. No discurso de sua posse presidencial, em janeiro de 2018, Bolsonaro disse: “Nossa bandeira jamais será vermelha”, o que nos remete à forma como a minion do mal é representada, em coloração vermelha, logo, algo a ser combatido (e, aqui, ela representa, enquanto cor vermelha, uma feminista). O político e seus eleitores, ao negarem a cor vermelha, ideologicamente, negam o que a cor vermelha representa socialmente: sujeitos que se filiam ao PT – Partido dos Trabalhadores, um posicionamento de esquerda e pautas sociais que não condizem com a deles.

“imponderada” (empoderada), escritas de tal forma, propositalmente, para relacioná-la à má-formação do sujeito em termos de escolaridade, sugerindo analfabetismo ou falta de domínio básico da norma padrão da língua portuguesa, por exemplo. A minion do mal é chamada não de feminista (embora não seja preciso, dada a construção do enunciado), mas de “verminia”, o que a qualifica, dentre tantas formas possíveis, como verme, não no sentido de invertebrado, mas como popularmente é utilizado para designar pessoas de mau caráter, isto é, que pratica maldades a bel prazer.

Tanto nessa publicação quanto na anterior, representar as mulheres feministas como minions do mal, que têm o cabelo despenteado e bagunçado, os dentes tortos, os olhos saltados e a postura desengonçada, mostra que, visualmente, está em embate com a idealização da bolsolinda, de modo que o caráter ideológico, embora não dito, está presente em ser uma mulher bem cuidada e bem apresentada para satisfação masculina. Caso ela não seja, logo, é feminista (uma minion do mal) e, dessa forma, os sujeitos (homens) fogem delas (conforme podemos observar na figura seguinte).

Pensando, ainda, no aspecto ideológico materializado visualmente, vemos que esses (bolso)minions, enquanto representação fílmica dos minions, são representados de duas formas diferentes. Na primeira figura, há a representação dos minions tal qual presente nos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito*, já na próxima figura, a representação é modificada e acrescida de alguns detalhes que caracterizam, visualmente, os bolsominions. O macacão (ainda de operário) não é mais azul *jeans*, mas verde com a bandeira do Brasil no bolso. Os (bolso)minions tem agora um volume maior de cabelo, com um penteado que remete ao utilizado por Bolsonaro e, por fim, há uma imagem da bandeira do Brasil, em segundo plano e desfocada, como referência ao patriotismo e nacionalismo, discurso comumente veiculado por eles quando em razão do apoio ao político e seus valores.

Volochínov (2017 [1929]) diz que o ideológico está presente em qualquer matéria sígnica, logo, as cores verde e amarela utilizadas na publicação não são fortuitas, mas integram o sentido em sua totalidade, nesse enunciado verbivocovisual, ao ser um enunciado produzido por um grupo específico. As cores verde e amarela podem significar de diferentes maneiras, contudo, ao pensarmos no enunciado situado, em um tempo-espço específico vivenciado pelos sujeitos-autores dos enunciados, remete-nos às valorações daquele momento histórico específico. O verde e amarelo, enquanto signos ideológicos presentes na construção desse enunciado verbivocovisual (assim como de outros), simbolizam uma ideia de governo e de nação, com valorações que lhe são próprias e temos discutido ao longo desse capítulo, como a pátria, a família, a moral e os bons costumes. Não é preciso dizer, verbalmente, pois

ideologicamente isso está representado na bandeira do país, bem como no modo como os (bolso)minions se vestem.

Podemos observar, então, como o tom humorístico pelo qual as publicações são criadas se volta para criticar não o grupo de oposição como um todo (por exemplo, eles são criticados como “bolsominions”), mas pautas sociais e sujeitos que se filiam a elas, como as feministas. Para esse grupo, temas voltados ao feminismo, que consistem pensar a relação do patriarcado em nossa sociedade, além do empoderamento feminino, são questões risíveis, de forma que uma de suas pautas se torna o humor e a chacota em relação a esse assunto, como é possível observar nas duas publicações anteriores.

Essa referência aos minions do mal como o grupo oposto aos bolsominions coloca dois tipos de minions em embate, logo, cria uma divisão dentro do próprio grupo enquanto classe social, sendo que, no filme, cada um desses grupos diferentes seguem a “malvados favoritos” diferentes. Embora a imagem a seguir não seja uma publicação de *Facebook*, utilizamos esse enunciado para mostrar como o grupo autodenominado bolsominions utiliza a imagem dos minions, como referência fílmica, para a caracterização de si e do outro.

Os bolsominions são representados como minions (e não qualquer minion, mas um que veste a camisa do presidente e pinta o rosto com as cores da nação) e o grupo que se opõe a esses valores patrióticos é representado como os minions do mal, um grupo de oposição que, assim como eles, possuem um vilão a quem servem, no caso dos bolsominions, o Gru, no caso dos minions do mal, o El Macho. Nos filmes, a representação de El Macho é de um vilão que tenta tornar o mundo refém por meio de um soro mutagênico e mortal, o PX-41, para, assim, formar um exército de servos indestrutíveis, assassinos e estúpidos – os minions do mal. Essa é a representação que temos, portanto, do grupo oposto aos bolsominions, ou seja, não ser bolsominion é ser um minion do mal:

Figura 84 - Minions do mal e bolsominions



Fonte: *Pinterest*¹²²

Na imagem, temos o minion do mal representado tal qual aparece no filme *Meu Malvado Favorito 2* (2013), bem como o minion também representado tal qual presente nos filmes da franquia, mas modificado por não ter o macacão de operário azul *jeans*, mas um macacão amarelo e verde, com a estampa do rosto do Bolsonaro, com o enunciado “Bolsonaro presidente”. Há, ainda, a representação de uma cena na imagem, em que o minion do mal, enquanto grupo de oposição, grita (a expressão atua como signo visual): “nazista!!! homofóbico!!! bolsonada!!!”, e, dessa forma, o elemento vocal é expresso por meio do signo verbal mediante o uso excessivo de exclamações ao final de cada adjetivo, o que, vocalmente, nos remete a um grito.

Ainda, o minion do mal está com uma placa em que podemos observar a imagem do Bolsonaro, com um sinal de proibido relacionado à essa imagem, o que o configura como grupo de oposição. O (bolso)minion, por sua vez, como signo visual, demonstra um semblante de tédio ao dizer “a... vá tomar no cu”, com um signo vocal que não remete ao grito, como o anterior, mas um tom de impaciência e desdém, representados pela sua expressão facial, com os olhos revirados e semicerrados e a boca em movimento de insatisfação. Os signos verbais, vocais e visuais integram, desse modo, um enunciado verbivocovisual que, mesmo que não traga de maneira concreta e expressa, produz uma cena enunciativa em que podemos depreendê-los.

¹²² Disponível em: <<https://i.pinimg.com/originals/20/cf/f9/20cff9c9f6adaac9b76a4f437fce6f5f.png>>. Acesso em: 26/05/2019.

Ao se apropriarem do termo “bolsominions” e passarem a se autodenominarem assim, esse grupo mudou não só o tema do signo, colocando-o como positivo, como também manteve, em certa medida, o tema “original” que era atribuído ao grupo, por meio de suas pautas versadas sobre um discurso de ódio – a ressignificação. O ato de apropriação consiste em esvaziar o sentido antes atribuído. Segundo Batista (2018, p. 213), o termo apropriação carrega uma “ideia de uma ação de deslocamento de uma coisa à outra, movimento em que o objeto deslocado permanece junto ao outro”. Ainda, a autora diz que, na área das artes plásticas, alguns autores usam a noção de apropriação associada à ressignificação em razão do deslocamento espacial e temporal (BATISTA, 2018, p. 218), de modo que pensamos em como o termo, por nós estudado, sofre um deslocamento de sentido, contudo, em uma relação espaço-temporal semelhante. O deslocamento, portanto, recai sobre as questões de valorações diferentes dentro de um mesmo tempo-espaço:

Figura 85 - Bolsominion conservador



Fonte: *Facebook*¹²³

O enunciado “Conservadorismo... é a nova contracultura” é colocado, por sua vez, como uma das pautas defendidas pelo grupo junto aos valores de determinada pátria, determinada família e de determinado cidadão de bem. A presença de uma dessas pautas já faz surgir, em associação às outras, pois elas se complementam e formam um “combo” de ideias e ideais

¹²³ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominionssinceros/photos/a.118917445623039/118917752289675/?type=3&theater>>. Acesso em: 26/05/2019.

defendidos pelo grupo de bolsominions. Ao afirmarem que o conservadorismo é uma nova contracultura, eles afirmam, por outro lado, que há um modelo, diferente do conservadorismo, vigente em nossa cultura e sociedade, de modo que, ao lado do político, eles lutam para que ela saia de cena e entre, em vigor, os valores por eles pregados e defendidos – configurando, então, conservadorismo. Portanto, a reacentuação é bivocal, pois tanto o discurso do conservadorismo quanto o da contracultura estão presentes na publicação, entretanto, de uma forma invertida, pois foi o movimento da contracultura que combateu o conservadorismo, mas, da forma como está exposto, temos a ideia contrária, de acordo com a valoração feita pelos bolsominions que assim se autodenominam.

Desse modo, os bolsominions assim se apropriam para poderem inverter o sentido corrente de determinados termos, como a “contracultura”. Entretanto, não é apenas uma apropriação, mas uma estratégia que ressignifica uma visão do que é a contracultura, para que o termo se torne favorável para o grupo de bolsominions que agora o utiliza. O movimento da contracultura, na década de 1960, foi uma oposição ao conservadorismo da época, de modo que a publicação, ao reacentuar o que é “contracultura”, traz a bivocalidade presente no enunciado.

Figura 86 - Referência visual



Fonte: Facebook – “Bolsominions Sinceros” e Blog do Emerson¹²⁴

Como vimos na figura, uma montagem, os bolsominions se caracterizam (dentre as diferentes formas de caracterização) em razão de, normalmente, utilizarem a bandeira do país, bem como as cores presentes nela, o verde e o amarelo, pois entendem, nessas representações

¹²⁴ Disponível, respectivamente, em:

<<https://www.facebook.com/bolsominionssinceros/photos/a.118903042291146/118906125624171/?type=1&theater>> e <<http://emersonviuassim.blogspot.com/2017/04/precisamos-falar-sobre-jair-bolsonaro.html>>. Acesso em: 13/12/2019.

(bandeira e suas cores), uma das pautas defendidas pelo grupo que versa sobre o patriotismo. O macacão de operário dos minions deu lugar ao macacão verde e com a bandeira do Brasil no bolso central, de forma a reforçar essas valorações patrióticas, presentes também na imagem de fundo, desfocada, da bandeira. Esse bolsominion é representado com cabelo liso, penteado para o lado, semelhante ao estilo de cabelo utilizado (e retratado em algumas publicações) pelo político que defendem.

Os bolsominions, ao se apropriarem do termo, mudam o sentido de origem, invertem as valorações (e, de certa forma, confirmam outras) para, então, afirmarem-se e se denominarem como tal, estabelecendo uma relação de identidade e pertencimento, de modo que o espaço é uma expressão de si (BATISTA, 2018, p. 220). Desse modo, pensamos em como a eleição e a consequente vitória de um político que materializa (enquanto discurso de autoridade) determinadas valorações faz com que esse tipo de discurso emergja, cada vez mais e de maneira mais visível, visto que são as pessoas que o sustentam e corroboram com esse tipo de comportamento, ideais e pensamentos, fazendo do espaço (o território nacional) uma expressão (extensão) de si e de suas valorações pessoais – seu posicionamento ético no existir. Com isso, temos outras representações dos bolsominions feita por esse grupo que assim passou a se denominar, presentes em publicações de páginas que são favoráveis ao político e ao governo:

Figura 87 - Representação dos bolsominions com o grupo



Fonte: *Facebook*¹²⁵

¹²⁵ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/photos/a.113010479394631/236027147092963/?type=3&theater>>. Acesso em: 15/10/2018.

Como observado na anterior, os bolsominions se caracterizam como um grupo grande – massivo –, e, assim, a imagem em segundo plano, que reúne vários bolsominions, no sentido de gerar a ideia de multidão em apoio, coloca, em destaque, no primeiro plano, a imagem do político Bolsonaro junto com três outros bolsominions. No macacão – de operário – desses bolsominions em destaque é possível ver as cores verde e amarela, junto ao nome Bolsonaro. A cor verde e amarela, como símbolos da bandeira do país, aparecem mais uma vez na gravata do político, além de se materializarem, também, em “Presidente Bolsonaro 17”. Como um *slogan*, aparece o enunciado “Bolsominions unidos por um Brasil melhor”, reforçado pela imagem, em segundo plano, de vários bolsominions juntos, como uma massa – e, como vimos, é comum essa representação nos filmes.

Figura 88 - Representação dos bolsominions com arma e roupa social



Fonte: *Facebook*¹²⁶

Na imagem, temos outra representação de bolsominions, também utilizando a imagem cilíndrica e amarela dos minions, tal qual presente nos filmes. As cores verde e amarela, de forma mais sutil, aparecem no círculo, ao fundo, no formato da bandeira do Brasil. À frente, está o bolsominion, em posse de duas armas, trajado não mais como operário, mas com roupa social (luvas, camisa, gravata e paletó). Ainda, sua feição sisuda é representada por meio da presença da barba e do bigode, além da própria expressão facial séria, com os olhos semicerrados:

¹²⁶ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/photos/a.107976013231411/127193537976325/?type=3&theater>>. Acesso em: 26/05/2019.

Figura 89 - Bolsominions e caixa 2



Fonte: Facebook¹²⁷

Na figura, vemos a mesma representação do bolsominion ao que tange às roupas e acessórios. As cores verde e amarela, como símbolos nacionais, aparecem no fundo de ambas as imagens e trazem o mesmo discurso: a polêmica envolvendo o nome de Bolsonaro referente ao caixa 2 durante a campanha presidencial. Na imagem à esquerda, o enunciado “#SomosTodosCaixa2” e na imagem à direita, “Já fui fake¹²⁸, já fui robô, agora sou caixa 2” demonstram, cada qual à sua maneira, polêmicas em que o político se envolveu, sendo que ambas trazem, com isso, uma mensagem de apoio à situação pela parte dos bolsominions, o que fica perceptível por meio do uso da *hashtag* (#) e do enunciado “Somos todos...” que, na internet, surge em situações e momentos de apoio com alguma situação polêmica em que a pessoa foi lesada, humilhada, injustiçada, de modo que a comunidade virtual se une para prestar sua solidariedade.

Assim é que os bolsominions se colocam, solidários ao seu político e às situações que envolvem o seu nome e, principalmente, o seu eleitorado político. De igual maneira, vimos que, nos filmes, quando Gru passa por um momento de dificuldade (no caso, financeira, uma vez que o banco de vilões não quer financiar as suas missões vilânicas), os minions prontamente se mobilizam para demonstrar o seu apoio incondicional para ele, de modo que dão o que têm, em termos de bem material, para que Gru consiga se reerguer e se sinta apoiado em um momento

¹²⁷ Disponível, respectivamente, em:

<<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/photos/a.113010479394631/246538626041815/?type=3&theater>>

e

<<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/photos/a.113010479394631/246539102708434/?type=3&theater>>.

Acesso em: 31/10/2018.

¹²⁸ “Falso”, em inglês.

de dificuldade. De maneira semelhante (pois cada enunciado é único), podemos perceber como isso ocorre nesse caso dos bolsominions, por exemplo, que demonstram seu apoio por meio do uso das *hashtags* e saem em defesa de seu político – incondicionalmente.

Um exemplo disso está nos enunciados “Já fui fake” e “Já fui robô” que remetem à uma polêmica e denúncia de que boa parte dos seguidores (logo, apoiadores) do político, nas redes sociais (principalmente, no *Twitter*, seu canal de comunicação “oficial”), envolveu-se, por acusarem que o número real de seguidores no perfil do político fosse menor e que as mensagens com discurso de ódio, disparadas repetidamente por meio das redes sociais, fossem, também, um recurso falso (por isso o “fake” e o “robô”), portanto, polêmico. Desse modo, ao relatarmos, na publicação, as diferentes situações pelas quais já passaram e se colocarem presentes em mais uma (a do caixa 2), os bolsominions se declaram como servos fiéis que estão ao lado de seu candidato favorito à qualquer custo (diferente dos minions, o apoio não é feito por meio da doação de um bem material físico, mas a partir do apoio moral).

Na imagem a seguir, vemos a representação desse grupo tal qual vemos nos filmes: os minions servem o Gru, independente das circunstâncias, do bem e do mal, do certo e do errado, pois está na sua constituição psicológica o sentimento de servidão fiel e, de certa forma, cega. Assim também são os bolsominions, como eles se posicionam diante do termo atribuído ao grupo, reafirmando e retomando os aspectos dos minions, nos filmes:

Figura 90 - Reafirmação do ser bolsominion



Fonte: *Facebook*¹²⁹

Os diferentes sentidos que um signo ideológico pode assumir é perceptível, enquanto a língua é um organismo vivo, por meio do enunciado presente na publicação: “Acertaram ao classificar os eleitores de Bolsonaro como bolsominions. Afinal ‘a vida imita a arte’ e como no filme: somos milhões, somos amados e trabalhamos incansavelmente, com muita alegria, para o ‘Malvado Favorito’”. Nessa publicação, observamos como os bolsominions se colocam em diálogo com os minions, pois não aproveitam só a imagem das personagens dos filmes, mas também suas ideias ao se compararem aos próprios minions e compararem o Bolsonaro ao Gru: “Gru, Gru!! Somos azul e amarelo, da cor da bandeira do Brasil! Gru”, diz um bolsominion no canto inferior direito da publicação, utilizando a referência aos tons verde e amarelo que aparecem como caracterização própria dos bolsominions (como uma espécie de “marca registrada”), presente, também, nos detalhes da imagem, como um todo, além de se dirigirem

¹²⁹ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominionsPatriotas/photos/a.331325564052952/331401117378730/?type=3&theater>>. Acesso em: 16/02/2019.

ao Gru (como representação do Bolsonaro), informando-o sobre as suas atitudes, em trabalhar incansavelmente para esse malvado favorito, com alegria, pois se sentem amados.

A representação dos bolsominions como minions, tal qual presente nos filmes, também está marcada pelo enunciado “A vida imita a arte”, ou seja, eles se reconhecem como tal pois, ao terem contato com o filme, se veem nas personagens, assim como veem seu malvado favorito também. Arte e vida, como Volochínov (2013) colocou no artigo “A palavra na vida e a palavra na poesia. Introdução ao problema da poética sociológica”, presente na obra *A construção da enunciação e outros ensaios*, estão correlacionadas, pois o estético e a vida mantêm uma relação, visto que “a arte é também eminentemente social. [...] O estético [é] tão somente uma variedade do social” (VOLOCHÍNOV, 2013 p. 74 – grifos do autor). Isso significa que o ato artístico – aqui, o filme – se encontra nas relações entre os sujeitos presentes na vida, por meio dos atos de linguagem. Stam (1992, p. 24) diz que “na arte, a vida social é expressa no interior de um material semiótico definido e na linguagem específica de um meio”. Desse modo, a partir dessas relações, o discurso, na arte, é elaborado de tal forma com um trabalho a partir da e na linguagem, se utilizando da matéria poética vinda do solo social, que gera temas ressignificados que, à sua maneira, voltam à vida e assim são consumidos pelos sujeitos, das mais diferentes maneiras.

Nesse caso, as relações entre servidão/trabalho ganham um outro tom nos filmes presentes na franquia *Meu Malvado Favorito*, contudo, sem deixar de manter seu elo com as relações sociais presentes na vida, semiotizadas em formato de enunciado estético de uma outra maneira. Assim, quando os bolsominions afirmam que “a vida imita a arte” e, por isso, afirmam-se e se denominam como bolsominions, afirmam, de acordo com suas valorações, que são felizes e amados por servirem Bolsonaro. Contudo, ao mesmo tempo, outras valorações, presentes na arte, também trazidas à vida, sobre ser (bolso)minions é a da servidão cega e da exploração da mão de obra, uma vez que isso está marcado nos enunciados e ao longo deles, de modo que não é possível dissociar essa valoração e se apropriar somente do que é visto como alegria e felicidade.

Figura 91 - Bolsominions e Bolsonaro



Fonte: *Facebook*¹³⁰

Na publicação, observamos os mesmos elementos em tons de verde e amarelo, como “marca registrada” do patriotismo dos bolsominions que, nessa imagem, estão em segundo plano, segurando um cartaz escrito “Meu malvado favorito 2018”, em referência à campanha eleitoral para presidente, ao passo que Bolsonaro, em primeiro plano, destaca-se a figura do malvado favorito aclamada pelos bolsominions. Há uma montagem simbiótica entre Gru e Bolsonaro, em que o rosto de Bolsonaro é colocado no corpo (estrutura física e roupas) de Gru. Os bolsominions, com feição de admiração e alegria, exibem, com orgulho, o que pensam sobre o seu candidato político (até então), bem como demonstram quem ele é.

Ainda, ao se afirmarem como bolsominions, a competição e o sadomasoquismo, presentes dentro do mesmo grupo, também são trazidos à tona, sob a justificativa do próprio grupo de que “a vida imita a arte”, pois, mesmo entre eles, enquanto um grupo social único (isto é, os bolsominions), há diferenças – ainda que se constituam como uma massa robotizada – pois tal qual os minions, nos filmes, os bolsominions vivem em uma relação de competitividade para verem quem é mais servo do que o outro aos olhos de Bolsonaro (como os minions são com Gru), uma vez que se colocam como inimigos de si mesmos (dentro do grupo) para favorecerem a si próprios na relação que mantêm com o malvado favorito – alienação de si.

¹³⁰ Disponível em:

<<https://www.facebook.com/bolsominiosPatriotas/photos/a.331453604040148/409365169582324/?type=3&theater>>. Acesso em: 16/02/2019.

Como Volochínov (2013, p. 73) diz: “[...] todos os produtos da criação ideológica se cultivam somente pela e para a sociedade”, de forma que não podemos conceber tais relações, presentes na arte, como fora de um convívio social organizado entre os sujeitos. Na arte, a realidade é colocada sob um novo plano ideológico, sem perder de vista, porém, o que está presente na realidade da vida, mas criando, portanto, uma nova realidade – artística. Nesse sentido, o autor afirma: “[...] uma obra artística é um potente condensador de valorações sociais não expressadas: cada palavra está impregnada delas. São justamente essas valorações sociais que organizam a forma artística enquanto sua expressão imediata” (p. 88 – grifos do autor).

Ainda, afirma que “[...] as valorações determinam a *seleção das palavras* pelo autor e a percepção desta seleção (co-eleição) pelo ouvinte. Porque o poeta não escolhe suas palavras de um dicionário, mas do contexto da vida no qual as palavras se sedimentam e se impregnam de valorações” (VOLOCHÍNOV, 2013, p. 88 – grifos do autor). Ou seja, o autor (aqui, entendemos o sujeito que enuncia, seja ele em um filme ou em uma publicação em página de *Facebook*) não volta a sua produção para um mundo inacessível, fora da realidade de seus ouvintes em potencial, pois, assim, suas palavras (logo, seu(s) enunciado(s)) estariam apartadas da vida social dos sujeitos. Ao contrário, as palavras, enquanto signos ideológicos, são usadas carregadas de valoração, e o tom é dado por cada autor em sua produção autoral, carregando a sua marca, bem como a voz social do grupo do qual ele faz parte/se reconhece como tal.

Figura 92 - Bolsominion como signo ideológico



Fonte: *Facebook*¹³¹

¹³¹ Disponível em:

https://www.facebook.com/ChargesContraOCoiso/posts/194871074744615?__xts__%5B0%5D=68.ARBglOvfC

Por fim, trazemos essas duas publicações, ambas feitas no *Facebook* (uma de página selecionada como cotejo pela visualização e a outra não) para mostrar como o mesmo signo linguístico ganha valorações diferentes acerca de uma mesma situação vivenciada no mundo – contudo, depreendidas de formas diferentes porque os sujeitos são diferentes. Na primeira publicação, do lado esquerdo, temos um uso irônico e denunciativo sobre os bolsominions, uma vez que traz o enunciado “Bolsonaro foi descoberto definitivamente como corrupto, mas foi assim que seus fãs reagiram” e, na sequência, há uma imagem no centro da cena dos minions, tal qual nos filmes, com os braços erguidos em comemoração, seguida do enunciado, na parte inferior, “Eu sou caixa 2 do Bolsonaro”. No fundo da cena, há uma imagem tirada durante os protestos favoráveis a Bolsonaro, marcada pelas pessoas usando camisa amarela e com a bandeira do Brasil levantada, como ficou comumente conhecida esses movimentos dos eleitores de Bolsonaro nas ruas.

Todavia, o que está na imagem não é apoio a Bolsonaro (como na figura ao lado, do lado direito), mas a denúncia de que seus eleitorado político não se indigna com as notícias de corrupção (pauta defendida por ele, em relação ao combate), mas ao contrário, comemoram e com ela se identificam, em um ato de defesa e apoio ao político. Essa imagem ironizada dos bolsominions, criada pelo seu grupo de oposição, é confirmada ao termos, na imagem ao lado, criada pelo próprio grupo que agora se denomina de “bolsominion”, um (bolso)minion, no centro da cena, com o enunciado “#Somos todos caixa 2” (acerca dessa publicação, já discutimos anteriormente). Com esse exemplo, visamos mostrar a dupla realidade do signo que reflete e refrata a realidade à sua maneira, isto é, pode ser utilizado tanto para criticar quanto para apoiar, uma vez que ele se torna ideológico a partir do uso que os sujeitos fazem dele – preenchendo-o com suas próprias valorações.

Como vimos, a partir de Volóchinov (2017 [1929]), o enunciado tem o seu tema e a sua significação, que os torna, portanto, único e, ao mesmo tempo, um elo na cadeia da comunicação discursiva porque mantém relação com algo concreto, ao mesmo tempo que cria novos sentidos a cada novo uso feito. O termo “bolsominions”, dessa forma, é um posicionamento político, a depender do grupo que o utiliza – pois cada uso carrega, consigo,

jgIbdyC2AIz543OuHFwbyEZfuEUGhCV62gY88_a6wNwWK-
TeudIkiQ10hkOWWolNWxc7PQM_ps5dnIJqmK3sSjowYf_CCM1q3m0o7_rPgAC7OWNMsnDGKcNPHObs4
QDNBRcUk4Eex7dxNkxf3Z2fDz-
0206mPPKb6txBG7pm3TyyIXEcY0KQcWW5KMZW1PqEMXlmWgzE9tQJVMW&__tn__=-R
Acesso em: 31/10/2018.> e
<<https://www.facebook.com/bolsominions1.0/photos/a.113010479394631/246538626041815/?type=3&theater>>.
Acesso em: 31/10/2018.

valorações diferentes, que se entrecruzam, mas revelam vozes dissonantes. Quando os sujeitos, enquanto autores, escolhem as suas palavras – e as colocam, também, como antipalavras ou palavras-outra – eles valoram o signo ideológico de acordo com suas próprias vivências, respondendo, ativamente, às visões de mundo com as quais se afiliam e se constituem, conseqüentemente, como sujeitos. Por isso, não pensamos, seja em qual for o uso feito do termo, em álibi na existência, pois agir no mundo, por meio de atos enunciativos, significa se posicionar, colocar-se como responsável pelo que produz (BAKHTIN, 2010).

Bakhtin (2011e, p. 320) diz que “dois enunciados alheios confrontados, que não se conhecem e toquem levemente o mesmo tema (ideia), entram inevitavelmente em relações dialógicas entre si. Eles se tocam no território do tema comum, do pensamento comum” e, por isso, trouxemos e defendemos a ideia de “febre amarela ‘minions’”, por vermos, nesses sujeitos, que estão na arte, um reflexo e refração de sujeitos da vida que, no contexto brasileiro, foram ressignificados para a esfera político-midiática. Então, os enunciados que não se conhecem (os filmes da franquia *Meu Malvado Favorito* desconhecem a circulação no cenário brasileiro ao que tange à política) estabelecem relações dialógicas ao tocarem no mesmo tema: a constituição dos sujeitos minions em relação de alteridade com Gru.

No cenário político brasileiro, Gru e Bolsonaro são os malvados favoritos, o patrão a quem os minions e os bolsominions seguem fiel e cegamente. Estabelecer relações dialógicas entre Bolsonaro/bolsominions e Gru/minions é uma forma de observar a recepção e circulação dos minions no contexto brasileiro, dentre outras possibilidades. Bakhtin diz que “a relação com o sentido é sempre dialógica” (BAKHTIN, 2011e, p. 327) e, assim, pensamos em como os sujeitos, enquanto ativos, responsivos e responsáveis, se posicionam no mundo por meio de seus enunciados e, dessa forma, criam diferentes outros sentidos para enunciados que consomem, seja em qual esfera for, ao que temos chamado, com esse *corpus* e esses cotejos, em específico, de “febre amarela ‘minions’”.

Poopaye!¹³²: considerações finais

Tivemos como objetivo geral, ao longo desse trabalho, mostrar a “febre amarela ‘minions’”, assim por nós denominada, para designar o fenômeno de vendas e consumo da produção, circulação e recepção social que a franquia *Meu Malvado Favorito* teve, principalmente, no Brasil, por meio da relação entre minions e Gru, presente nos filmes. A partir da filosofia da linguagem do Círculo de Bakhtin compreendemos o sujeito, a cultura e o tempo-espaço como centros fundamentais de valorações que nos permitem refletir acerca da sociedade, como um todo, a partir dessas noções. Com o surgimento dessa “febre amarela”, no Brasil, expandimos as nossas noções do que é ser um fenômeno de vendas que extrapola as telas do cinema e ganha a sociedade nos mais diferentes formatos (e, com isso, volta para um outro tipo de tela, a dos aparelhos eletrônicos, ao circular em páginas de redes sociais, como o *Facebook*).

Desse modo, nos propusemos, por meio dessa “febre amarela”, a analisar uma condição específica de existência de sujeitos, na vida, que se constituem e são semiotizados de maneira específica na arte, como sujeitos de linguagem. Essa relação é retroalimentada, isto é, sai da vida e vai para a arte, e novamente volta para a vida para, mais uma vez voltar para a arte e assim sucessivamente, por isso baseamos nosso estudo no método dialético-dialógico, por conceber o movimento de linguagem existente nessas relações. Assim também é a interação entre minions e Gru, mutuamente complementar, em que um precisa do outro para se constituir como sujeito: o vilão-patrão precisa do servo-trabalhador, em uma relação de alteridade, para que possamos observar e compreender essa relação de existência, que extrapola as telas de cinema e se ressignifica para diferentes outras relações e revela modos de ser no contemporâneo – em específico, pensamos aqui, na relação entre os “bolsominions”.

Portanto, a relação entre minions e Gru (a arte e na vida) é, acima de tudo, uma relação desejada e almejada, pois como vimos, os minions buscam incessantemente um mestre para que possam servi-lo, assim como Gru precisa ter quem o serve. A vilania e a perversão, ainda que de formas diferentes, movem esses sujeitos e isso é o que possibilita essa constituição. E essa relação não muda (ainda que tenha havido uma quebra momentânea nessa ordem), pois os sujeitos assim são constituídos e ocupam seus lugares únicos no evento único do existir com satisfação, isto é, os minions não querem deixar de ser minions. Mesmo quando demitem Gru pela falta de vilania, eles não queriam deixar de ser servos para serem os vilões-chefes, mas

¹³² No dialeto dos minions, o minionese (criado pelo diretor Pierre Coffin), “poopaye” significa “tchau”. No dialeto, há a mistura de línguas como francês, inglês, italiano, espanhol e japonês, que soa universal.

queriam ter alguém que ordenasse e os orientasse em como agir. Isso, ainda, é o que nos fez pensar na questão da massividade em diálogo com a coletividade, pois a primeira apaga as individualidades dos minions, mas eles tampouco se importam, pois a submissão ao mestre é mais importante do que o coletivo, por isso suas ações são massivas e robotizadas, quase padronizadas, pois só possuem um único e mesmo objetivo: “agradar o mestre mais perverso que puderem encontrar”, como nos diz a voz em *off* do narrador de *Minions* (2015).

Para pensarmos nessa relação entre minions e Gru e a “febre amarela”, iniciamos o nosso trabalho a partir de uma retomada ao gênero filme de animação para compreendermos a sua produção e relação de circulação e recepção social como uma forma de entender como o processo de constituição do gênero é histórico e, portanto, revela-nos práticas sociais anteriores que o consolidaram como tal – e aparecem em nossa sociedade até os dias atuais. Assim, como dissemos, saímos das telas de cinema (a produção dos filmes) para entender como se dá a circulação e recepção social. Portanto, mostramos os minions nas mais diferentes formas em que se presentificam na sociedade: em roupas, sapatos, comidas, produtos de higiene, etc., para refletirmos, junto às ideias de Lévy e Jenkins, sobre uma criação transmidiática e como ela é propiciada e possibilitada pelo momento que temos vivido: o momento da(s) tela(s). Nesse item, ainda, iniciamos a nossa discussão acerca das ressignificações encontradas no termo “minions”, como por, exemplo, como os “bolsominions”, por acreditarmos ser um movimento importante, político e cultural, de nossa sociedade brasileira, revelando o modo como os sujeitos expressam suas valorações.

Em um segundo momento, buscamos refletir acerca de três conceitos que entendemos como centrais em nosso trabalho: o de linguagem, signo ideológico e sujeito a partir da filosofia da linguagem bakhtiniana. Fizemos uma reflexão separada por itens para fins de maior aprofundamento no conceito abordado, contudo, isso não remete, em momento algum, a uma separação dos termos teóricos dentro dos estudos do Círculo de Bakhtin, ao contrário, eles dialogam, a todo momento, entre si, de forma que é impossível falar de um sem que outro apareça e/ou seja mencionado.

Assim, pensamos, teoricamente, sobre os enunciados como reflexos e refrações, na esfera da arte, de valorações que encontramos na vida, sobre o que é ser minions e o que é ser Gru, e isso também volta-se ao campo da política brasileira, além de demonstrarmos uma concepção que nos é cara, a partir dos estudos de Paula, sobre a verbivocovisualidade, podemos observar como as noções de trabalho, trabalhador e chefe compõem, ideologicamente, a sociedade e isso está presente, de maneira refletida e refratada, em filmes infantis de uma franquia de grande rentabilidade hollywoodiana.

Em um terceiro momento, analítico, refletimos acerca dos minions nas mais diferentes esferas sociais, pensando a questão dos minions, enquanto constituição de sujeito, como uma forma possível de concretizar o que chamamos de “febre amarela minions”, mediante a análise dos filmes e outros enunciados que surgiram como cotejo e foram previamente selecionados mediante os critérios de circulação. Portanto, vimos como os minions se espalham pela sociedade e levam, consigo, em cada constituição única e autoral, a marca de “originalidade” (no sentido de origem) que os identificam e os constituem enquanto minions, sendo essa marca de origem um fator que gera aprovação e desaprovação, a depender da esfera de circulação observada.

Se na publicitário-econômica, por exemplo, vemos a figura dos minions valorada positivamente, como um investimento alto, mas com um retorno lucrativo e rentável, de modo que é desejável ter a sua marca associada/atrelada aos minions, pois é sinônimo de venda e isso é explicado mediante os fetiches da mercadoria. Por outro lado, os minions na esfera político-midiática (os bolsominions) não foram valorados de maneira positiva, inicialmente, pois se atribuíram os aspectos negativos da constituição dos sujeitos minions ao grupo de eleitorado político (como a servidão cega). Por outro lado, esse grupo se apropria e esvazia o sentido do primeiro termo, atribuindo novos sentidos que, para eles, são vistos como positivos, portanto, valorando o signo “bolsominions” como positivo, se observado pela sua ótica. Isso é possível porque tratamos a linguagem do ponto de vista do Círculo de Bakhtin, em que esta é vista como viva e móvel, portanto, não estanque e isolada da vida, do solo social e das interações entre os sujeitos.

Também olhamos, em termos de indústria cultural, para a configuração dos minions em nossa sociedade, de modo que temos neles a figura central de uma franquía altamente rentável, sendo que eles extrapolaram os limites do filme no qual surgiram e se tornaram sua própria identidade e marca (a “Marca Minion” que vem atrelada ao selo “Meu Malvado Favorito” nos produtos de consumo físicos). Dessa maneira, temos eles como as figuras que estampam os produtos físicos e simbólicos, porque são eles que chamam a atenção e é com eles que o público se identifica, portanto, é sobre eles que a circulação e a recepção do enunciado, no Braisl, gira em torno.

Com isso, confirmamos, no trabalho, a nossa hipótese de que há uma constituição de minions por meio da “febre amarela”, que está presente nos filmes e se materializa na vida, nas mais diferentes formas de interações sociais, vide a designação de um eleitorado político identificado como “bolsominions”, que faz parte de um movimento cultural de consumo, que parte da arte e se concretiza na vida por meio de produtos, sejam eles materiais, como roupas,

comidas, sapatos etc., sejam eles uma ideia presente virtualmente, de maneira simbólica, como páginas de redes sociais, como o *Facebook*, que veiculam diferentes tipos de sentidos acerca dos minions, e que são de igual forma consumidos ao serem compartilhados, curtidos e comentados pelos sujeitos que se colocam em uma relação de interação em rede.

Desse modo, a questão da “febre amarela ‘minions’” pode ser compreendida como uma questão não epidêmica, como o termo sugere, mas de viralização, de fenômeno de vendas, de sucesso mercadológico. Isso é possível porque a forma como os sujeitos se organizam socialmente, hoje, permite tamanho consumo e repercussão midiática de determinados temas, com o apoio do virtual, como ocorre com os minions, possibilitado pela inteligência coletiva. As diferentes esferas, presentes na “febre amarela”, perpassam pela questão midiática, por isso, a ênfase em trazer essa esfera como relacionada ao sucesso de vendagem da franquia, pois é um modo do sujeito, enquanto responsivo e responsável, posicionar-se atualmente frente ao mundo que o rodeia.

Por fim, reforçamos o caráter dialógico que perpassou toda a pesquisa e pode ser observado nos três capítulos apresentados, uma vez que temos o diálogo como mote central de nosso estudo, sendo possível observar tais aspectos tanto nos filmes da franquia *Meu Malvado Favorito* quanto nas publicações de *Facebook* e nos produtos de consumo da indústria cultural, com a finalidade de compreendermos o momento que temos vivido ao que tange ao consumo, às mídias e aos sujeitos por meio da metáfora “febre amarela ‘minions’”, que diz respeito, segundo o nosso estudo buscou mostrar, a uma constituição atual de sujeitos no cenário brasileiro – e que, culturalmente e pela relação entre diferentes esferas, foi expandida para as mídias, política, virtualidade/realidade, publicidade e economia, de certa forma.

Vemos a translinguística/metalinguística bakhtiniana ao aproximar a arte da vida por meio das diferentes relações dialógicas que se desenvolveram no cenário brasileiro das mais diferentes formas, em específico na esfera da mídia, em correlação com a publicidade, economia e a política. A respeito desse último aspecto do trabalho, que versou sobre os (bolso)minions na política, justificamos a importância dada ao assunto mediante as relações da vida, que possibilitaram e fizeram surgir muitos enunciados relacionados ao tema que, na nossa sociedade, revelam um embate social ainda em andamento, de dois grupos de oposição política expressivos em nosso país. Desse modo, o discurso como unidade situacional, que revela a vida da linguagem, aproxima vida (Bolsonaro e bolsominions) e arte (Gru e minions), em relações de sentido que entram em embate, culturalmente, e se fazem perceber por meio do signo ideológico.

Quanto às limitações do estudo, isto é, temas que poderiam ser desenvolvidos mas não foram, cabe-nos ressaltar o próprio trabalho com os filmes da franquia, contudo, não era o nosso objetivo, portanto, limitamo-nos a mostrar a questão a partir da temática da relação de trabalho entre minions e Gru, assim como também poderíamos ter explorado a questão da indústria cultural e dos aspectos mercadológicos com suas estratégias de linguagem para tornar a franquia rentável a partir das questões de *marketing* e de publicidade, entretanto, não nos cabia tal reflexão no momento. A questão dos “bolsominions”, por exemplo, também poderia ser melhor desenvolvida, pois continua extensa e atual, em decorrência do nosso cenário político, de modo que optamos por nos limitarmos a tratar a questão de maneira a apresentá-la mas não esgotá-la e, desse modo, podemos continuar as reflexões em forma de trabalhos futuro, como uma tese de doutoramento, por exemplo, voltada mais especificamente para as questões políticas no cenário brasileiro.

Referências bibliográficas

ADORNO, T. W. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos: Jorge Mattos Brito de Almeida; Traduzido por Juba Elisabeth Levy [et al.] – São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AMORIM, M. **O pesquisador e seu outro: Bakhtin nas ciências humanas** – São Paulo: Musa Editora, 2004.

BATISTA, C. L. Os conceitos de apropriação: contribuições à Ciência da Informação. In: **Em Questão**, Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 210-234, maio/ago. 2018.

BAKHTIN, M. M. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução posfácio e notas de Paulo Bezerra; notas da edição russa de Serguei Botcharov – São Paulo: Editora 34, 2016.

_____. **Questões de literatura e de estética: a teoria do romance**. Tradução de Aurora Fornoni Bernardini... [et al]. 7.ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

_____. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais**; tradução de Yara Frateschi Vieira – São Paulo: Hucitec, 2013 [1965].

_____. **Questões de estilística no ensino da língua**. Tradução, posfácio e notas de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2013.

_____. Os gêneros do discurso. In: **Estética da criação verbal**. Prefácio à edição francesa Tzvetan Todorov; introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. – 6ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011a, p. 261-306.

_____. Metodologia das ciências humanas. In: **Estética da criação verbal**. Prefácio à edição francesa Tzvetan Todorov; introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. – 6ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011b, p. 393-410.

_____. A forma espacial da personagem. In: **Estética da criação verbal**. Prefácio à edição francesa Tzvetan Todorov; introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. – 6ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011c, p. 21-90.

_____. Reformulação do livro sobre Dostoiévski. In: **Estética da criação verbal**. Prefácio à edição francesa Tzvetan Todorov; introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. – 6ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011d, p. 337-358.

_____. O problema do texto na linguística, na filologia e em outras ciências humanas. In: **Estética da criação verbal**. Prefácio à edição francesa Tzvetan Todorov; introdução e tradução do russo Paulo Bezerra. – 6ª ed. – São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2011e, p. 307-336

_____. **Para uma filosofia do ato responsável**. [Tradução aos cuidados de Valdemir Miotello & Carlos Alberto Faraco]. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010 [1920-24].

_____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução direta do russo, notas e prefácio de Paulo Bezerra. – 5.ed. – Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2018 [1963].

BARBOSA JÚNIOR, A. L. **Arte da animação**: técnica e estética através da história. 2ª ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

CANCLINI, N. G. **Diferentes, desiguais e desconectados**: mapas de interculturalidade; tradução Luiz Sérgio Henriques. – 3. ed. – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

_____. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; tradução da introdução Gênese Andrade. – 4. ed. 3. reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

CASTRO, G. de O marxismo e a ideologia em Bakhtin. In: PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (orgs.) **Círculo de Bakhtin**: teoria inclassificável. – Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010, p. 175-202.

COSTA, L. C. S.; SILVEIRA, É. L. da. **Os efeitos do autoritarismo**: práticas, silenciamentos e resistência (im)possíveis. Éderson Luiz da Silveira (org.). São Paulo: Pimenta Cultural, 2018, p. 13-35.

FARACO, C. A. “A ideologia no/do Círculo de Bakhtin”. In: PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (orgs.) **Círculo de Bakhtin**: pensamento interacional. – Campinas, SP: Mercado de Letras, 2013, p. 167-182.

_____. **Linguagem & diálogo**: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin – São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

_____. Bakhtin: a invasão silenciosa e a má-leitura. In: **Uma introdução a Bakhtin** /por/ Carlos Alberto Faraco /e outros/. Curitiba: Hatier, 1988, p. 19-36.

FIELD, S. **Manual do roteiro**: os fundamentos do texto cinematográfico. – Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1995.

FIORIN, J. L. Interdiscursividade e intertextualidade. In: BRAIT, B. (org.) **Bakhtin**: outros conceitos-chave. – São Paulo: Contexto, 2006, p. 161-193.

GRILLO, S. V. de C. Esfera e campo. In: BRAIT, B. (org.) **Bakhtin**: outros conceitos-chave. – São Paulo: Contexto, 2006, p. 133-160.

GRUPO DE ESTUDOS DO GÊNERO DO DISCURSO – GEGE. **Palavras e contrapalavras**: glossariando conceitos, categorias e noções de Bakhtin. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

HELLER, E. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão; [tradução Maria Lúcia Lopes da Silva]. – 1. ed. – São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. – 2 ed. – São Paulo: Aleph, 2009.

LEITE, S. F. **O cinema manipula a realidade?** – São Paulo: Paulus, 2003.

LÉVY, P. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Edições Loyola, 2007. (1994 edição original).

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 2000. (1997 edição original)

MACHADO, I. A questão espaço-temporal em Bakhtin: cronotopia e exotopia. In: PAULA, L. de; STAFUZZA, G. (orgs.) **Círculo de Bakhtin**: teoria inclassificável. – Campinas, SP: Mercado de Letras, 2010, p. 203-234.

MACIEL, A.; LAVOR, T. ROZA, G.; RIBEIRO, A.; LÁZARO JR. Apoiadores de Bolsonaro realizaram 50 agressões no início de outubro. In: **Exame**. São Paulo, 30 out. 2018.

MALTIN, L. **Of mice and magic**: a history of american animated cartoons. New York: Penguin Books, 1987.

MARX, K. **Manuscritos econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2008 [1982].

MARQUES, L. Provocações de alteridade. In: **Palavras e contrapalavras**: constituindo o sujeito em alter-ação. São Carlos: Pedro & João Editores, 2014.

MEDVIÉDEV, P. N. **O método formal nos estudos literários**: introdução crítica a uma poética sociológica; tradutoras Sheila Camargo Grillo e Ekaterina Vólkova Américo – São Paulo: Contexto, 2012 [1928].

MELO, J. R. B. de. **Vozes sociais em construção**: dialogismo, bivocalidade polêmica e autoria no diálogo entre *Diário do hospício*, *O cemitério dos vivos*, de Lima Barreto, outros enunciados e outras vozes sociais. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras (Campus Araraquara), 2017.

MIOTELLO, V. Ideologia. In: BRAIT, B. (org.) **Bakhtin**: conceitos-chave – São Paulo: Contexto, 2005, p. 167-176.

MORIN, E. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha – 9.ed. – Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1997.

PAGLIONE, M. B. **Fenômeno Sherlock**: a recepção social do gênero seriado. Tese (Doutorado em Linguística e Língua Portuguesa) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Ciências e Letras (Campus Araraquara), 2019.

PAJEÚ, H. M.; MIOTELLO, V. A compreensão da cultura pelo ato responsável e pela alteridade da palavra dialógica nos estudos bakhtinianos. In: **Cad. Est. Ling.**, Campinas, v.60 n.3 p. 775-794 - set./dez. 2018.

PAULA, L. de; SILVA, T. N. *Nerve à flor da linguagem*: arte e vida em jogo dialógico. In: **Diálogo das Letras**, Pau dos Ferros, v. 8, n. 2, p. 38-57, maio/ago. 2019a.

PAULA, L. de; OLIVEIRA, F. A. A. de. O signo “resistência” nas eleições presidenciais de 2018 no Brasil. In: Revista **ENTRELETRAS** (Araguaína), v. 10, n. 2, p. 350-371, jul/dez 2019b.

PAULA, L. de; SIANI, A. C. Gênero, raça e classe em Harry Potter: a constituição dialógica de Hermione Granger e Belatriz Lestrange. In: **Cadernos Discursivos**, Catalão - GO, v. 1 n. 1, p. 47-74, 2019c.

PAULA, L. de. **Verbivocovisualidade**: uma abordagem bakhtiniana tridimensional da linguagem. Projeto de Pesquisa em andamento. UNESP, 2017a (Mimeo).

PAULA, L. de. O enunciado verbivocovisual de animação – a valoração do “amor verdadeiro” Disney – uma análise de Frozen. In: FERNANDES JÚNIOR, A.; STAFUZZA, G. B. (orgs.). **Discursividades Contemporâneas** – política, corpo e diálogo. Campinas: Mercado de Letras, 2017b, p. 287-314.

PAULA, Luciane de; SERNI, Nicole Mioni. A vida na arte: a verbivocovisualidade do gênero filme musical. In: **Raído**, Dourados, v. 11, n. 25, p. 178-201, jul. 2017c.

PAULA, L. de; FIGUEIREDO, M. H. de; PAULA, S. L. de. O marxismo no/do Círculo de Bakhtin. In: **Slovo** – O Círculo de Bakhtin no contexto dos estudos discursivos. Curitiba: Appris, 2011, p. 79-98.

PINTO, C. **Trabalho e capitalismo global**: o mundo do trabalho através do cinema de animação. Bauru, SP: Canal 6, 2011 (Projeto Editorial Práxis).

PONZIO, A. **No círculo com Mikhail Bakhtin**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

_____. **A revolução bakhtiniana**: o pensamento de Bakhtin e a ideologia contemporânea; [coordenação de tradução Valdemir Miotello]. – São Paulo: Contexto, 2008.

RUFO, A. D.; SIANI, A. C. O cotejo como compreensão e avaliação do lugar único do pesquisador. In: GEGE. **Palavras e contrapalavras**: entendendo o cotejo como proposta metodológica. São Carlos: Pedro & João Editores, 2017, p. 87-94.

SALGADO, R. G. **Ser criança e herói no jogo e na vida**: a infância contemporânea, o brincar e os desenhos animados. Rio de Janeiro: PUC-Rio, Departamento de Psicologia, 2005. Tese de doutorado.

SCHERMA, C. C. A insondabilidade e o cotejamento como caminhos metodológicos e de compreensão. In: **Palavras e contrapalavras**: entendendo o cotejo como proposta metodológica. São Carlos: Pedro & João Editores, 2017, p. 198-211.

SOBRAL, A. Ético e estético. In: BRAIT, B (org.) **Bakhtin**: conceitos-chave. São Paulo: Contexto, 2005.

SOERENSEN, C. A carnavalização e o riso segundo Mikhail Bakhtin. **Travessias**. Cascavel – PR, v. 5, n. 1, p. 318-331, 2011.

SOUZA, G. T. **Introdução à teoria do enunciado concreto do círculo Bakhtin/Volochinov/Medvedev**. – 2. ed. – São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2002.

STAM, R. **Bakhtin**: da teoria literária à cultura de massa. São Paulo: Editora Ática, 1992.

VOLÓCHINOV, V. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem; tradução, notas e glossário de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo; ensaio introdutório de Sheila Grillo – São Paulo: Editora 34, 2017 [1929].

VOLOCHÍNOV, V. N. **A construção da enunciação e outros ensaios**. Organização, tradução e notas: João Wanderley Geraldi. São Carlos: Pedro & João Editores, 2013.

Filmografia

COFFIN, P.; BALDA, K. **Meu Malvado Favorito 3**. Universal Studios: EUA, 2017, 89 min.

_____. **Minions**. Universal Studios: EUA, 2015, 91 min.

COFFIN, P.; RENAUD, C. **Meu Malvado Favorito 2**. Universal Studios: EUA, 2013, 98 min.

_____. **Meu Malvado Favorito**. Universal Studios: EUA, 2010, 95 min.

