

A MULTIMODALIDADE EM LOJAS PARA FESTAS INFANTIS: ANÁLISE DO DISCURSO VISUAL E ESPACIAL

MULTIMODALITY IN STORES FOR CHILDREN'S PARTIES: VISUAL AND SPATIAL DISCOURSE ANALYSIS

Cláudia Regina Ponciano FERNANDES¹

Maurício Silva do NASCIMENTO²

Ana Isabela Fernandes ALVES³

Jandeilson Lira ROCHA⁴

Resumo: Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa cujo objeto de estudo foi a multimodalidade em lojas de produtos para festas infantis. No contexto brasileiro, ainda existe uma concepção de texto arraigada ao verbal, necessitando promover uma leitura além do verbal, considerando essas lojas como textos. O objetivo foi investigar os significados e discursos sobre infância que são comunicados nesses textos espaciais. É uma pesquisa ancorada em Hodge e Kress (1988), Van Leeuwen (2005), Kress e Van Leeuwen (2001, 2006), Ravelli e McMurtrie (2016), entre outros. A pesquisa é de abordagem qualitativa e interpretativa, utilizando-se da pesquisa de campo como procedimentos de coleta de dados. Estes foram analisados pelas lentes da Gramática do Design Visual e da Análise do Discurso Espacial. Os resultados apontam discursos implícitos a favor de uma infância festiva, temática e consumista.

Palavras-chave: Festa. Infância. Loja de produtos. Multimodalidade.

1 Professora do IFPB – Instituto Federal da Paraíba. E-mail: claudia.fernandes@ifpb.edu.br

2 Discente bolsista PIBIC/IFPB/CNPq do IFPB – Instituto Federal da Paraíba. E-mail: mauricio.nascimento@academico.ifpb.edu.br

3 Discente voluntária PIBIC/IFPB/CNPq do IFPB – Instituto Federal da Paraíba. E-mail: ana.isabela@academico.ifpb.edu.br

4 Discente voluntário PIBIC/IFPB/CNPq do IFPB – Instituto Federal da Paraíba. E-mail: jandeilson.lira@academico.ifpb.edu.br

Abstract: This article presents the results of a research project whose object of study was multimodality in children's party product stores. In Brazilian context, there is still a concept of text rooted to the written word, and we need to promote a reading that goes beyond the verbal, considering these stores as texts. The aim was to investigate the meanings and discourses about childhood that are communicated in these spatial texts. This research is anchored in Hodge and Kress (1988), Van Leeuwen (2005), Kress and Van Leeuwen (2001, 2006), Ravelli and McMurtrie (2016), among others. This is an interpretive qualitative research, using fieldwork as data collection procedures. The data were analyzed through the lenses of Visual Design Grammar and Spatial Discourse Analysis. The results indicate implicit discourses in favor of a festive, thematic and consumerist childhood.

Keywords: Childhood. Multimodality. Party. Product stores.

1. Introdução

Este artigo apresenta os resultados de uma pesquisa voltada para os significados e discursos sobre infância que são comunicados em lojas de produtos para festas infantis, compreendidas como textos espaciais, defendendo a concepção de texto além do verbal. A pesquisa foi fruto de um projeto aprovado no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (PIBIC/CNPq), desenvolvida entre setembro de 2022 e agosto de 2023. Nos parágrafos seguintes, as informações gerais sobre a pesquisa são apresentadas: a delimitação do tema abordado do ponto de vista contextual e teórico, a questão norteadora, os objetivos, o estado da arte da temática e a justificativa.

A ampliação da concepção de texto para além do verbal tem se evidenciado entre os linguistas e estudiosos da multimodalidade. O olhar crítico em suas pesquisas é voltado para textos do cotidiano que circulam na sociedade, consolidando significados e discursos por meio da composição de diversos modos e recursos semióticos. Nesse âmbito, provocar uma discussão da concepção de texto a partir de lojas de produtos para festas infantis como texto espacial pode causar estranheza para uma comunidade ainda grafocêntrica, arraigada à escrita como único modo válido de comunicação, assim como o fato de pesquisadores da multimodalidade se apropriarem da nomenclatura "texto multimodal" pode parecer redundante. Para esses últimos, a redundância se justifica pela necessidade de fortalecer as novas configurações textuais e problematizar discursos cristalizados como verdades absolutas na sociedade.

Nesse panorama, a multimodalidade em textos espaciais destinados ao universo infantil no contexto brasileiro é o objeto de estudo da pesquisa. A investigação ocorreu em lojas de produtos de festas infantis em Guarabira/PB a partir da seguinte questão instigadora: quais modos e recursos semióticos estão presentes nessas lojas, vistas como textos espaciais, e como eles se combinam para comunicar significados e discursos sobre infância, interagindo com o público consumidor? Para responder ao questionamento,

recorreu-se ao contexto teórico-metodológico elencando algumas categorias da Gramática do Design⁵ Visual (GDV) e da Análise do Discurso Espacial (ADEsp), explicadas na seção seguinte. O objetivo geral deste artigo é evidenciar os significados e discursos sobre infância comunicados em uma das lojas físicas para produtos de festas infantis. Conseqüentemente, os seguintes objetivos específicos são estabelecidos: a) discorrer sobre a concepção de texto para além do verbal e sobre as categorias analíticas da GDV e ADEsp utilizadas na análise dos dados; b) verificar como ocorre a combinação dos modos e recursos semióticos recorrentes em um das lojas físicas de produtos para festas infantis em Guarabira/PB; c) desenvolver um olhar descritivo, analítico e interpretativo dos dados selecionados.

Como esse objeto de estudo é relativamente recente para a Linguística, o estado da arte é ainda incipiente. Assim, poucos trabalhos podem ser citados até o momento da escrita deste artigo: Fernandes (2019a, 2019b, 2022); Ravelli e Heberle (2016); Callegaro, Martins e Cado (2014). Em Fernandes (2019a), há um estudo sobre a multimodalidade nas fachadas de três casas de festas infantis no contexto de João Pessoa – PB enquanto Fernandes (2019b) analisa o discurso espacial de cenários temáticos em diferentes festas de aniversário infantil que ocorreram em uma mesma casa de festas. Já Fernandes (2022) apresenta uma análise do discurso espacial em nove cenários temáticos para festas infantis em três casas de festas, sendo três cenários em cada casa. Em contextos brasileiros, sem relação com o universo infantil, é possível encontrar uma análise do discurso espacial no Museu de Língua Portuguesa, em São Paulo – SP, apresentada por Ravelli e Heberle (2016), bem como uma análise do discurso espacial do prédio da reitoria da Universidade Federal de Santa Maria – RS, na visão de Callegaro, Martins e Cado (2014).

Como justificativa da pesquisa e sua divulgação por meio deste artigo, seguem quatro argumentos. O primeiro é o interesse da pesquisadora, autora principal, em continuar desenvolvendo pesquisas na área de Linguística, relacionadas à multimodalidade no ambiente construído voltado para o universo infantil no contexto brasileiro. O segundo argumento recai no entrelaçamento entre a abordagem multimodal, provavelmente pouco desenvolvida em sala de aula, e o provável contexto de atuação profissional no comércio dos discentes envolvidos no PIBIC. O terceiro argumento é que a divulgação da pesquisa pode contribuir para o acervo de pesquisas ainda incipientes no contexto brasileiro na área de Linguística, Letras e Artes (CNPq), como já sinalizado, já que é uma inovação em termos de abordagem metodológica para análise de textos espaciais. Isso foi percebido pela escassez de trabalhos com um olhar voltado para a multimodalidade em lojas físicas no contexto da infância brasileira, constatado em uma busca por artigos

5 Sobre as palavras estrangeiras, este artigo segue a recomendação do Manual de Comunicação do Senado que apresenta uma lista de estrangeirismos grafados sem itálico ou aspas, tais como: design, display, slogan. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/estilos/estrangeirismo/estrangeirismos-grafados-sem-italico-ou-aspas>. Acesso em: 10 set. 2023.

no Google Acadêmico⁶. O último argumento recai na provável provocação para reflexão crítica dos leitores diante desses textos espaciais que circulam cotidianamente, podendo despertar o interesse na temática.

É válido ressaltar que, embora o objeto de estudo em questão seja relativamente recente no contexto brasileiro, existe um amplo acervo de trabalhos publicados no campo da Semiótica Social e multimodalidade quando se trata da análise de outros textos. Como exemplo deles há: Gualberto e Santos (2019); Gualberto, Pimenta e Santos (2018) e Gualberto (2017), reunindo em suas obras diversos trabalhos nesse campo. Após essas considerações iniciais, segue a seção do Referencial teórico.

2. Referencial teórico

Esta seção expõe o arcabouço teórico utilizado na pesquisa. Primeiramente, as ideias permeadas pela Semiótica Social (SS) de Hodge e Kress (1988) e de Van Leeuwen (2005) servem de base para explicar como os indivíduos produzem artefatos ou eventos comunicativos por meio de diferentes modos e recursos semióticos que se combinam e que devem ser interpretados em contextos de situações específicos. Essas ideias seguem a perspectiva multifuncional da linguagem para textos verbais de Halliday (1978), que compreende a língua como um sistema de escolhas realizadas pelo usuário para produzir significados. Em seguida, as categorias eleitas para análise dos dados são explicadas.

Esses diferentes modos e recursos semióticos materializados em um texto se combinam para construir significados, o que corresponde ao conceito de multimodalidade de Kress e Van Leeuwen (2001), sendo uma premissa sociosemiótica. Compartilham dessa mesma ideia Nascimento, Bezerra e Heberle (2011), Gualberto e Santos (2019), entre tantos outros autores que poderiam ser citados.

Esses autores defendem o posicionamento de que todo texto é multimodal, mesmo que um ou outro modo predomine. Para eles, um texto materializado predominantemente por meio da escrita apresenta características multimodais, afirmando que a palavra escrita é apenas um dos modos semióticos que constituem um texto. Os referidos autores asseveram que se deve prestar atenção ao caráter multimodal dos textos e a interação entre palavras, cores, imagens, sons etc. Gualberto e Santos (2019) exemplificam essa ideia referindo-se à palavra escrita e à palavra falada: na primeira há forma, traço, tamanho, cor, espessura, margem, direção, ocupação de certa posição, se ela foi escrita

6 A busca realizada no Google Acadêmico não encontrou nenhum artigo correspondente. A busca utilizou-se da pesquisa avançada para títulos de trabalhos com as palavras-chave "multimodalidade", "texto espacial", "lojas" e "infância". Disponível em: https://scholar.google.com/scholar?as_q=multimodalidade%2C+texto+espacial%2C+lojas%2C+infância&as_epq=&as_oq=&as_eq=&as_occt=title&as_sauthors=&as_publication=&as_ylo=&as_yhi=&hl=pt-BR&lr=lang_pt&as_sdt=0%2C5 Acesso em: 20 jul. 2022.

(ou digitada) na segunda existe entonação, ritmo, altura de voz, duração. É nesse ponto que recai a premissa sociosemiótica da multimodalidade, sendo necessário reafirmar esse adjetivo “multimodal” devido à cultura brasileira ainda arraigada ao texto verbal.

Nesta pesquisa, os modos visual e espacial nas lojas com produtos para festas infantis são postos em evidência quando se discute a combinação desses modos e recursos semióticos para comunicar significados e discursos sobre infância. Neste artigo, a palavra “modo” refere-se a um dos sete modos de significados apresentados por Kalantzis e Cope (2012) – escrito, visual, espacial, tátil, gestual, auditivo e oral. Já a palavra “recursos semióticos” refere-se à visão de Van Leeuwen (2005) quando os definem como ações e artefatos utilizados para se comunicar, assumindo um potencial de significados mediante seus usos passados e conhecidos, bem como pelo potencial de significados que possa surgir. Na visão do autor, os significados dos recursos podem ser constantemente refeitos, pois não são pré-determinados, pelo contrário, são afetados pelo seus usos imprevisíveis em contextos específicos. Assim, a palavra “recursos semióticos” neste trabalho faz referência aos recursos semióticos correspondentes a cada modo de significado, alertando para o fato de que eles podem se realizar em mais de um modo de significado, como apontado por Van Leeuwen (2005).

Para responder à questão de pesquisa, algumas categorias da Gramática do Design Visual (GDV) de Kress e Van Leeuwen (2006)⁷ e da Análise do Discurso Espacial (ADEsp) de Ravelli e McMurtrie (2016) foram utilizadas, intencionando analisar respectivamente o modo visual e o modo espacial. As próximas subseções discorrem sobre essas duas ferramentas, com ênfase nas categorias utilizadas na análise dos dados. É interessante antecipar que todos os dados estão disponibilizados via link em nota de rodapé⁸.

2.1. Gramática do Design Visual

A GDV é uma abordagem advinda das metafunções de Halliday (1978) para análise de textos verbais. Ela fornece a base para compreensão de elementos visuais que se conectam para constituir significados materializados em textos que, por sua vez, podem ser apreciados por meio das metafunções representacional, interativa e composicional. Essas metafunções ocorrem simultaneamente em qualquer texto, embora uma ou outra possa receber um olhar mais aprofundado por parte do analista, como ocorre neste trabalho que se voltou para a metafunção composicional e suas três categorias. Isso decorre das observações em campo e as fotografias registradas nas lojas, com o intuito de explicar de maneira mais ampla ao leitor como os elementos visuais nos espaços das lojas se relacionam entre si.

7 A obra utilizada para este trabalho é a 2ª edição (2006). Porém, existem as publicações de 1996 e 2021, referentes à 1ª edição e à 3ª edição respectivamente.

8 Dados da pesquisa. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/1k6VmEX-2YFmurSfsmez5zEbXD764LfsP>. Acesso em: 09 nov. 2023.

Na sequência, há uma síntese das três categorias da metafunção composicional: valor da informação, saliência e estruturação. Essa metafunção é responsável por explicar a relação da distribuição e a organização de elementos na imagem, conforme o pensamento de Kress e Van Leeuwen (2006).

A categoria valor da informação é responsável pela posição dos elementos no texto. Segundo a GDV, os elementos posicionados do lado esquerdo são vistos como uma informação familiar e os elementos do lado direito como uma informação nova; os elementos localizados no topo são vistos como a informação ideal ou promissora e os elementos da base como informação real; já a informação principal se encontra no centro da imagem, enquanto as informações menos importantes estão localizadas nas margens.

A categoria saliência explica a ênfase maior ou menor dada a certos elementos em detrimento de outros. Isso é perceptível por meio do tamanho, contraste de cor ou tom, localização em primeiro plano ou plano de fundo dos elementos, por exemplo.

A categoria estruturação – ou enquadramento – refere-se às conexões ou desconexões dos elementos no texto. A estruturação é vista como forte quando os elementos desconexos mostram contraste de cores e formas, pois promove uma ruptura, uma descontinuidade, o que resulta em individualidade. Quando ocorre uma interligação entre os elementos por um elo contínuo de cores e formas semelhantes, a estruturação é vista como fraca porque indica uma identidade enquanto grupo. O próximo tópico discorre sobre a Análise do Discurso Espacial (ADEsp).

2.2. Análise do Discurso Espacial

A ADEsp é a outra ferramenta metodológica que subsidiou a pesquisa, sendo um termo cunhado por Ravelli e McMurtrie (2016) também referente a uma abordagem baseada nas metafunções de Halliday (1978) e nas metafunções de Kress e Van Leeuwen (2006). Na ADEsp, Ravelli e McMurtrie (2016) adaptam e ampliam tais metafunções para textos espaciais, classificando as metafunções em representacional, interativa e organizacional. Esta última é nomeada na GDV de composicional, como discorrido no último tópico.

Entre essas metafunções, este trabalho se voltou para a metafunção interativa. Nessa metafunção, as categorias analíticas são nomeadas da seguinte forma: poder, distância social, contato, envolvimento, controle, modalidade, engajamento espacial, delimitação/ ligação (*binding*) e união/vínculo (*bonding*). É a metafunção que explica como se realiza a interação entre o texto espacial e observador/usuário. Entre essas categorias, foram eleitas ligação (*binding*) e vínculo (*bonding*), na visão de Stenglin (2004, 2009).

As categorias ligação (*binding*) e vínculo (*bonding*) são subdivisões da categoria afeto, conforme Stenglin (2004, 2009). A ligação (*binding*) se refere aos níveis de segurança/ insegurança, evidenciando recursos semióticos sinalizadores de sensações de conforto

e proteção. A categoria vínculo (*bonding*) se refere à identificação ou pertencimento da pessoa em determinado espaço.

A autora supracitada explica que a categoria ligação pode ser pensada como uma escala gradativa ao longo de um contínuo, considerando desde seu fechamento extremo até sua abertura extrema, sendo as extremidades finais da insegurança localizadas nos pontos finais do contínuo, conotando respostas claustrofóbicas, se o espaço for muito fechado; ou respostas agorafóbicas, se o espaço for muito aberto. Tais extremidades formam duas polaridades de insegurança, indo do muito restrito/cercado/fechado/preso (*too bound*) ao muito irrestrito/livre/aberto/solto (*too unbound*), sendo impossível intensificar essas dimensões. Diferentemente, a escala mediana de segurança se situa no nível central do contínuo, como zonas de conforto de segurança e proteção, ou de liberdade e possibilidades para as dimensões restrita (*bound*) e irrestrita (*unbound*), respectivamente, formando também extremidades nessa escala, mas menos extremas do que os pontos finais do nível de insegurança. Assim, a escala mediana de segurança pode assumir um valor de minimamente, moderadamente ou fortemente livre/solto, bem como fortemente, moderadamente ou minimamente limitado/cercado.

No caso das lojas para produtos infantis, elas se inserem na escala mediana de segurança porque não apresentam uma extrema abertura ou fechamento que causem respectivamente respostas agorafóbicas ou claustrofóbicas, uma vez que são lojas comerciais para receber clientes interessados em comprar ou alugar produtos para festas, sendo um tipo de construção familiar para esse perfil de cliente. O que pode variar nessa escala mediana de segurança é a intensidade de abertura ou fechamento de alguns espaços dessas lojas em decorrência de alguns elementos inseridos.

Stenglin (2004, 2009) pontua que essa escala de gradação é materializada por elementos físicos e estruturais do espaço bem como por elementos variáveis do ambiente, além de estar relacionada à penetração – ou não – de elementos climáticos, como luz e ar natural, em um espaço. No caso dos elementos físicos e estruturais do espaço, este artigo se voltou para o espaço entre piso, parede e teto; entre corredores; iluminação; ventilação. Já no caso dos elementos variáveis do ambiente, este trabalho se deteve no seguinte: cores, mobília, prateleiras, produtos comestíveis e de decoração, conforme os dados da pesquisa.

No que se refere à categoria vínculo, Stenglin (2004) não se volta com profundidade para essa categoria, mas a define como a categoria responsável por identificar união, solidariedade, conexão, identificação e pertencimento do usuário ao espaço. Segundo a pesquisadora, a categoria se dá por meio da hibridização, atributos simbólicos e ícones de vínculo. Para Stenglin (2004), a hibridização reside na questão de o espaço servir a muitas funções, atingindo outros potenciais de identificação; os atributos simbólicos perpassam características do design espacial, podendo ser corporativas, domésticas, antigas enquanto os ícones de vínculo estão relacionados aos emblemas sociais de pertença e de reunião de pessoas ao redor de ícones culturais.

É oportuno informar que a escolha pelos modos de significados visual e espacial, bem como pelas categorias analíticas, ocorreu em razão do que os dados revelaram. Considera-se a premissa de que uma loja comercial necessita promover segurança para os clientes permanecerem nela enquanto escolhem os produtos, além de apresentar elos de identificação com o público-alvo. Assim, a maneira como os elementos visuais e espaciais são distribuídos na loja pode atrair ou dispersar clientes. Provavelmente uma loja empilhada de produtos pelo chão, dificultando a movimentação, ou com produtos desordenados nas prateleiras, pode causar a sensação de calor e de sufocamento, abreviando sua permanência do cliente na loja. Depois de discorrer sobre o alicerce teórico da pesquisa, segue a metodologia.

3. Metodologia

Nesta seção, as etapas e os aspectos característicos da pesquisa são discorridos a partir das ideias de Lakatos e Marconi (2017) e de Prodanov e Freitas (2013).

Sobre esse primeiro ponto, na visão de Prodanov e Freitas (2013), uma pesquisa científica é geralmente desenvolvida em quatro fases principais: formulação e planejamento da pesquisa; desenvolvimento e execução da pesquisa; redação do texto final da pesquisa; e exposição do trabalho final. Nesta pesquisa, a primeira etapa envolveu a formulação do projeto para concorrer ao edital do PIBIC em 2022. A segunda etapa desenvolveu-se por meio das seguintes ações: a) divulgação da pesquisa e criação de um grupo de estudos composto pela equipe do projeto e por cinco discentes do ensino superior do campus, selecionados entre os primeiros que manifestassem interesse; b) pesquisa bibliográfica; c) coleta de dados por meio de uma pesquisa de campo com visita às lojas e registros fotográficos dos espaços, se autorizados; d) tabulação de dados e critérios de seleção; e) análise descritiva e interpretativa dos modos e recursos semióticos recorrentes nesses espaços, ancorada nas abordagens teórico-metodológicas apresentadas na seção anterior. A terceira e a quarta fases, redação do texto final da pesquisa e a fase da exposição do trabalho final, corresponderam respectivamente à produção escrita, seja de um relatório ou deste artigo, e à divulgação dos resultados na esfera acadêmica.

Com relação ao segundo ponto, para Prodanov e Freitas (2013), os aspectos característicos de uma pesquisa científica são a caracterização da pesquisa e dos participantes bem como os procedimentos de coleta e de análise dos dados.

Seguindo essa ideia, esta pesquisa se caracteriza como de caráter descritivo e exploratório, assumindo uma abordagem qualitativa e interpretativa dos dados. Em termos de caracterização dos participantes, os dados desta pesquisa não envolvem coleta de dados por meio de seres humanos, mas seis lojas físicas que foram visitadas e fotografadas mediante permissão dos proprietários.

No que diz respeito aos procedimentos técnicos de coleta de dados, após uma pesquisa bibliográfica, houve uma pesquisa de campo para observação dos espaços das lojas. Para sua realização, houve o levantamento de nomes das lojas físicas para produtos de festas infantis em Guarabira/PB através de um percurso em bairros estratégicos, guiado por um dos discentes voluntários, morador da cidade, que já sabia onde encontrar essas lojas, confirmando o endereço delas no Google⁹ e no Instagram¹⁰. Durante a visita às lojas, houve a apresentação da pesquisa e a entrega do termo de autorização aos proprietários para registro das imagens das lojas.

No tocante aos procedimentos de análise de dados, houve o levantamento de modos e recursos semióticos mediante observação dos discentes em campo, representada por fotografias dos espaços das lojas autorizadas¹¹, seguido de um olhar descritivo, analítico e interpretativo da combinação desses modos e recursos semióticos. Os critérios de recorte de dados foram: termo de autorização assinado; seleção de fotos que mostrassem ângulos da fachada frontal da loja, da entrada, do lado esquerdo, do lado esquerdo e do centro ou fundo da loja. Após discorrer sobre a metodologia, segue a próxima seção.

4. Resultados e discussões

Nesta seção, os resultados encontrados na pesquisa são apresentados e discutidos. Primeiramente, há a explanação sobre a lista das lojas físicas com produtos para festas infantis encontradas em Guarabira/PB. Em seguida, apresentação e discussão dos modos e recursos semióticos em uma das lojas. O Quadro 1 apresenta somente as seis lojas que autorizaram a pesquisa com informações básicas: nome; endereço; dimensão espacial, tempo no mercado e climatização; tipo de negócio; data da pesquisa; quantidade de fotos registradas.

9 É uma ferramenta de busca compreendida como um buscador que permite encontrar informações variadas, como endereços, por exemplo.

10 É uma rede social online para compartilhamento de fotos e vídeos entre usuários para fins pessoais e comerciais, que permite se aplicar efeitos nas imagens e compartilhar diversos serviços de outras redes sociais, como Facebook, por exemplo.

11 Os registros fotográficos serviram como meio de mostrar ao leitor a orquestração desses modos e recursos.

Quadro 1 – Lista de lojas da pesquisa de campo e informações básicas

Nome	Endereço	Dimensão espacial, tempo no mercado, climatização ¹²	Tipo de negócio	Dia da pesquisa de campo	Nº de fotos
1. Adoleta	Rua Sabiniano Maia, 628 – Bairro Novo.	Medida: 9x18 Tempo: 3 anos e 9 meses Clim.: Ventilador	Aluguel e venda	18/04/2023	33
2. Al Plast Festas e Descartáveis	Rua Osmar de Aquino, 260 – Centro.	Clim.: Ventilador	Aluguel e venda	18/04/2023	25
3. Art Luz Festas e Locação	Rua Osmar de Aquino, 273 – Centro.	Clim.: Ventilador	Aluguel	11/04/2023	35
4. Ateliê Tok Criativo	Rua Rosil Guedes, 302 – Bairro Nordeste I.	Medida: 4 x 6 Tempo: 8 anos Clim.: Ar - condicionado	Aluguel	25/04/2023	17
5. Casa Otacílio Embalagens e Descartáveis	Avenida Dom Pedro II, 319 – Centro.	Clim.: Ventilador	Venda	18/04/2023	36
6. Sonhos de Festa Decorações	Avenida Padre Inácio de Almeida, 375 – Bairro Novo.	Medida: 13x20 Tempo: 28 anos CNPJ: 9 anos Clim.: Ventilador	Aluguel	25/04/2023	19

Fonte: Dados da pesquisa. Elaboração própria

Conforme listado no Quadro 1, seis lojas autorizaram a pesquisa: 1) Al Plast Festas e Descartáveis; 2) Art Luz Festas e Locação; 3) Casa Otacílio Embalagens e Descartáveis, localizadas no centro da cidade, as duas primeiras na mesma rua; 4) Adoleta; 5) Sonhos de Festas Decorações, ambas localizadas no Bairro Novo; e 6) Ateliê Tok Criativo, localizada no Bairro Nordeste I. É importante atentar para dois aspectos. O primeiro é o fato de que a quantidade de dez lojas encontradas pode sinalizar a importância em se comemorar festas infantis na região do brejo, seguindo os exemplos de capitais brasileiras. Outro ponto é que embora na lista só constem os nomes das seis lojas que autorizaram a pesquisa, há justificativas para a ausência das demais. Uma loja não

¹² Dados informados pelos proprietários das lojas. Não foi possível obter as informações da dimensão espacial e do tempo de mercado em algumas lojas.

vendia artigos para festas infantis (mesmo que o nome da loja sugerisse isso), outra não estava funcionando no período da pesquisa e duas delas não autorizaram a pesquisa. No geral, os proprietários das lojas se mostraram interessados na pesquisa e permitiram os registros fotográficos de suas lojas.

Entre as lojas que informaram sobre a dimensão espacial, o tempo de mercado e o tipo de climatização, a maior loja em termos de dimensão e tempo de mercado é a Sonhos de Festas Decorações, com quase três décadas de mercado, o que sinaliza o quanto esse segmento de produtos para festas infantis têm se mantido. Já a loja com menor dimensão espacial é a Ateliê Tok Criativo. Cinco delas utilizam ventiladores como recurso de climatização e uma possui ar-condicionado. Esses detalhes de maior (ou menor) dimensão espacial ou tipo de climatização não parecem interferir para sua manutenção no mercado.

Outro fator interessante foi com relação ao tipo de negócio para festas infantis. Entre as seis lojas, três delas tratam exclusivamente de aluguel, duas delas de aluguel e venda, e outra somente de venda. O negócio do tipo aluguel pode sinalizar tanto a possibilidade da diminuição de gastos quanto as duas características percebidas em festas contemporâneas infantis no Brasil: transitoriedade e decoração temática. A transitoriedade reside no fato de que o ápice da comemoração se resume ao momento da festa, que ocorre somente por algumas horas, não sendo viável comprar produtos para um evento transitório, mesmo possuindo recursos para isso. Já a decoração temática se volta para o desejo de acrescentar um tema ao motivo da comemoração (mesversário, aniversário, formatura) e de acompanhar as tendências temáticas do mercado sem repetir o mesmo tema nas festas, optando pelo aluguel de peças.

O número de fotos registradas por loja ocorreu conforme a organização espacial dos produtos, permitindo mais (ou menos) registros em ângulos diferentes. Geralmente, as lojas exclusivas para aluguel exibem decoração temática com itens em conjunto, ocupando o mesmo espaço. Já as lojas para venda e aluguel, ou somente venda, apresentam mais produtos em espaços diferentes. Feita a explanação da lista de lojas, segue a análise descritiva e interpretativa dos modos de comunicação e recursos semióticos em uma das lojas.

4.1 Modos e recursos semióticos encontrados em uma das lojas

Os dados da pesquisa, cujo link já foi disponibilizado e é retomado novamente em nota de rodapé¹³, envolveram o levantamento de modos e recursos semióticos que foram sintetizados em quadros individuais para cada uma das seis lojas. Neste artigo, os resultados referem-se a uma das lojas, mostrando fotos com ângulos relacionados à fachada frontal e à entrada, ao lado direito, esquerdo e centro da loja. A escolha se

13 Dados da pesquisa. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/1k6VmEX-2YFmurSfsmez5zEbXD764LfsP>. Acesso em: 09 nov. 2023.

justifica devido à natureza desse gênero acadêmico e à inserção de um novo critério: lojas que apresentassem recursos semióticos em suas fachadas relacionados ao universo infantil: nomes, letras coloridas, formas, ícones, etc. As fachadas dessas lojas podem ser visualizadas na Fig. 1.


Figura 1 – Fachadas das seis lojas que autorizaram a pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa. Fotos registradas pelos autores em abril de 2023.

A Fig. 1 mostra na primeira linha, da esquerda para a direita, as lojas Adoleta, Al Plast Festas e Descartáveis, Art Luz Festas e Locação. Na segunda linha, na mesma direção, aparecem as lojas: Ateliê Tok Criativo, Casa Otacílio Embalagens e Descartáveis; Sonhos de Festa Decorações. Entre essas lojas da Fig. 1, somente duas atenderam a esse novo critério: Adoleta e Sonho de Festa Decorações. A opção foi pela loja Adoleta por atuar com venda e aluguel de produtos, já que a outra atua unicamente com aluguel. Na sequência, há ilustrações com fotografias da loja Adoleta e a descrição dos modos e recursos semióticos interpretados como mais evidentes. Após cada ilustração, segue uma análise descritiva e interpretativa baseada nas categorias analíticas da GDV e da ADEsp, eleitas para análise conforme já explicadas. A primeira é a Fig. 2, que mostra a fachada e a entrada da loja Adoleta.

Figura 2 – Fachada e entrada da loja Adoleta, modos e recursos semióticos

	Modos de significados	Recursos semióticos correspondentes
	Escrito/verbal	Adoleta, sua festa começa aqui! (nome e slogan).
	Visual	Fachada com nome da loja e slogan; letras arredondadas e coloridas; ícones de balões e nuvens; plano de fundo.
	Espacial	Fachada, porta de entrada ampla; piso térreo comercial; colunas de sustentação; casa residencial no 1º andar.

Fonte: Dados da pesquisa. Foto registrada pelos autores em 18/04/2023.

É importante destacar que a discussão que segue apresenta os modos de significados por parágrafos para fins didáticos, mas os modos estão interligados e os recursos semióticos se realizam em mais de um modo de significado. Essa escolha é necessária em caso de a leitura deste artigo ser feita por um pesquisador iniciante na área.

O foco da pesquisa está nos modos visual e espacial, porém o modo verbal é descrito por conta da característica multimodal inerente aos textos. Na Fig. 2, se o leitor ampliar a ilustração, é possível observar o modo verbal materializado pela palavra, Adoleta, que identifica o nome da loja, e pela frase, “sua festa começa aqui!”, vista como slogan. Conforme o dicionário informal¹⁴, a palavra Adoleta advém da palavra francesa “*Andouillette*”, uma brincadeira infantil brasileira na qual os participantes se agrupam em roda, batem na mão do outro e cantam a música “Adoleta”. Já o slogan é uma escolha que associa a festa à brincadeira e à música, sugerindo que a festa inicia na loja. Para propagar o que é esse segmento comercial, o produtor da mensagem utilizou outros recursos semióticos que evidenciam esse modo verbal, como visto a seguir.

O modo visual foi explorado para comunicar o nome desse estabelecimento comercial, o que mostra ao leitor a simultaneidade desses modos quando se comunica uma mensagem e a dificuldade em separá-los em uma análise. A categoria valor de informação auxilia no entendimento de que o nome da loja, evidenciado na fachada, recorre a alguns recursos semióticos tipicamente visuais: escrito sobre um plano de fundo claro; posicionamento central no topo, letras arredondadas, tamanho maior que a frase do slogan, letras coloridas e entre os balões que são ícones do universo infantil. Essa é a informação principal a ser vista. A categoria saliência nos leva a interpretar o tamanho


¹⁴ Disponível em: <https://www.dicionarioinformal.com.br/adoleta/>. Acesso em: 10 set. 2023.

e a forma das letras do nome da loja como potencializadores dessa informação central se comparados às letras do slogan. Já a categoria estruturação possibilita observar os balões, a forma das letras e as cores rosa, azul e amarelo como elementos interligados e típicos do universo infantil. Isso complementa o modo verbal em termos de comunicar o nome de uma loja voltada para o público infantil.

No contexto desta pesquisa, o modo espacial é o potencializador da comunicação de mensagens em uma loja comercial vista como texto, unindo-se aos outros modos. No caso de uma loja voltada para produtos de festas infantis, as características esperadas no contexto brasileiro são: fachada atrativa, porta aberta para entrada, espaços de trânsito entre os corredores, produtos coloridos na loja e ícones de personagens infantis, sendo recursos semióticos definidores desse gênero espacial, diferenciando-o de uma escola ou uma igreja, por exemplo. Nesse sentido, o modo espacial se materializa por meio de elementos físicos e estruturais do espaço e por elementos variáveis do ambiente, considerando primeiramente a categoria ligação (*binding*), conforme a ADEsp. Na Fig. 2, esses elementos se encontram na fachada, na porta de entrada ampla, no piso térreo e na ausência de barreiras para o acesso, sugerindo um espaço aberto, uma possível sensação de segurança perpassada pela amplitude da entrada e permeabilidade do interior da loja para o exterior, já que a porta está sempre aberta durante o horário comercial. Já a categoria vínculo (*bonding*) possibilita caracterizar essa fachada como repleta de atributos simbólicos visuais relacionados ao universo infantil: cores, formas e balões.

Na sequência, a Fig. 3 mostra a entrada da loja pelo lado esquerdo, em captura da visão diagonal dentro dela, próximo ao balcão para pagamento.

Figura 3 – Entrada da loja Adoleta pelo lado esquerdo, modos e recursos semióticos

	Modos de significados	Recursos semióticos correspondentes
	Escrito/verbal	Mãe; Parabéns.
	Visual	Temática infantil da turma da Mônica; mesa de madeira com base de ferro; painel pallet; balões em amarelo, azul, vermelho e verde; formato de coração e das letras; vasos; caixas; bailarinas; bandejas; arranjos.
	Espacial	Corredor moderadamente livre; boa iluminação e ventilação; organização dos produtos em mesas; piso com cerâmica branca.

Fonte: Dados da pesquisa. Foto registrada pelos autores em 18/04/2023.


O modo verbal é identificado pelo nome “mãe”, sobreposto no painel em formato de coração e exposto na parede, e pela escrita de “Parabéns”, que forma uma faixa decorativa na frente da mesa temática da turma da Mônica. O primeiro nome se explica porque a pesquisa de campo foi realizada próxima ao Dia das Mães, mostrando que a decoração temática da loja se adéqua às comemorações sazonais. O segundo nome sinaliza o momento de parabenização que se repete nas festas, relacionando esse momento da comemoração aos produtos expostos.

O modo visual é percebido pelos recursos semióticos relacionados às cores da temática infantil da turma da Mônica – amarelo, azul, vermelho e verde – e aos ícones dos personagens, bem como por outros elementos agrupados, representativos de decoração para festa infantil no Brasil: mesa, painel pallet, balões em formato de coração, vasos, caixas, bailarinas, bandejas e arranjos com folhagem. Pela categoria valor de informação é possível observar que a mesa temática se destaca, aparecendo na imagem do lado direito como informação nova, embora quando se entre na loja ela esteja do lado esquerdo. Soma-se a isso a saliência visual do painel em *pallet*, devido ao tamanho maior, e da mesa em madeira que reúne os elementos da temática, provavelmente destinados a aluguel. A categoria estruturação permite interpretar uma conexão entre os elementos em termos do material em madeira e das cores representativas desses personagens infantis, repetidas nos balões, bandejas e vasos, fortalecendo a temática da decoração.

No modo espacial, a categoria ligação possibilita perceber esse espaço da loja como moderadamente livre em termos de segurança devido à entrada ampla pela porta; ao espaço moderado entre parede, piso e teto; à claridade causada pela iluminação e pela cor branca do piso, teto e parede; à ventilação; e ao espaço do corredor de passagem causado pelo recuo de móveis. Esses aspectos mostram um espaço não enclausurado, com visualização para o exterior e trânsito facilitado pelo espaço livre. Já a categoria vínculo possibilita um olhar para alguns elementos variáveis do ambiente, vistos como elos de identificação com o universo infantil: cores, ícones dos personagens da turma da Mônica e balões, considerados respectivamente como atributos simbólicos da temática e da festa infantil. Esses elementos da categoria vínculo também são recursos semióticos do modo visual, confirmando o que é apontado por Van Leeuwen (2005) sobre a realização de um mesmo recurso semiótico em mais de um modo de significado.

A Fig. 4, na sequência, mostra a continuidade da entrada dessa loja pelo lado esquerdo, no trajeto logo após a mesa temática da turma da Mônica.

Figura 4 – Lado esquerdo da loja Adoleta, modos e recursos semióticos

	Modos de significados	Recursos semióticos correspondentes
	Escrito/verbal	Confeitaria; Bomboniere; Briga? Só se for...
	Visual	Placas com fundo preto e amarelo; prateleiras abertas com produtos multicoloridos.
	Espacial	Corredor fortemente livre; boa iluminação e ventilação; divisão entre corredores por meio de prateleiras; organização dos produtos por categorias em prateleiras; piso, parede e teto claro.

Fonte: Dados da pesquisa. Foto registrada pelos autores em 18/04/2023.

No modo verbal, as palavras escritas nas placas maiores com fundo amarelo sinalizam os tipos de produto encontrados naquele lado do corredor: “Confeitaria” e “Bomboniere”, repetindo o nome da loja e sua logo. A palavra “confeitaria” evidencia a presença de materiais e produtos utilizados por profissionais que atuam na área. Já “bomboniere” tem origem francesa, *bonbonnière*, conforme o Dicionário Priberam¹⁵, referindo-se ao recipiente onde se guardam os bombons. Há ainda uma placa menor, na primeira coluna, com a frase humorística: “Briga? Só se for...,” e o ícone de um brigadeiro. Ou seja, briga não, mas brigadeiro sim!

No que diz respeito ao modo visual, ele é percebido por diversos recursos semióticos. As três placas mencionadas podem ser interpretadas como recursos menos salientes por ocuparem tamanho menor no espaço com relação aos outros itens. Já os recursos semióticos mais salientes são as prateleiras do lado esquerdo e do lado direito, que são longas e exibem produtos comestíveis e decorativos com variedade de formas, tamanhos e cores, caracterizando o espaço da natureza comercial da loja. Assim, o valor de informação desse corredor está exatamente nessas prateleiras de ambos os lados, interligadas pelo espaço de passagem vazio do corredor. A saliência está nas cores e nas formas dos diversos produtos destinados à venda, cujos preços estão nas bordas externas das prateleiras, diferente da mesa temática, na Fig. 3, destinada provavelmente para aluguel. Em termos de estruturação, os elementos são conectados seguindo um padrão de cada lado: no esquerdo, produtos de confeitaria e bombons, como informação

¹⁵ Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/bonbonniere>. Acesso em: 24 abr. 2023.

familiar; já no direito, materiais plásticos e descartáveis, como embalagens e suportes para bolo, sendo informação nova de itens utilizados em festas contemporâneas.

No modo espacial, a categoria ligação explica a possível percepção de segurança advinda desse espaço no meio do corredor, bem como da iluminação com várias lâmpadas fluorescentes, dos ventiladores em pontos estratégicos pela loja, da cor clara no piso, teto e parede, que caracterizam o corredor em questão como fortemente livre. Ademais, mesmo com as pilastras presentes, o espaço continua demasiado livre para o cliente se movimentar, observar e escolher os produtos dispostos. A categoria vínculo permite interpretar as guloseimas e seu colorido como elos de identificação com o universo infantil, sendo ainda elementos semióticos do modo visual. É pertinente registrar um recurso semiótico que não faz parte dos modos de significados elencados na Fig. 4: o cheiro de doces. Ele é uma das características mais marcantes desse corredor, podendo corresponder ao modo olfativo.

Na sequência, a Fig. 5 mostra o corredor do lado direito da loja, intitulado de festas e descartáveis, com ângulo capturado do centro para o fundo da loja.

Figura 5 – Lado direito da loja Adoleta, modos e recursos semióticos

	Modos de significados	Recursos semióticos correspondentes
	Escrito/verbal	Adoleta; sua festa começa aqui; Festas; Descartáveis
	Visual	Prateleiras com recipientes plásticos coloridos; prateleiras com descartáveis na cor branca, cinza e preta; mesa temática com painel montado ao fundo.
	Espacial	Corredor moderadamente livre, boa iluminação e ventilação; organização dos produtos por categorias em corredores e prateleiras; piso, parede e teto claro.

Fonte: Dados da pesquisa. Foto registrada pelos autores em 18/04/2023.

Nesse lado direito da loja, o modo verbal é identificado pelas palavras “Festas” e “Descartáveis” em placas posicionadas no teto, sinalizando a característica do corredor. Assim como na Fig. 4, essas placas mostram o nome da loja e sua logo. A palavra “Festas” evidencia a presença de uma variedade de produtos como painéis e/ou cartazes para parede, balões temáticos, centros de mesa, entre outros; enquanto “Descartáveis”

sugere o caráter passageiro e substituível dos produtos concebidos para curto prazo de uso.

Sobre o modo visual, os recursos semióticos mais evidentes são os dispostos em prateleiras com recipientes plásticos coloridos e balões temáticos do lado esquerdo, próximos à placa "Festas". Os demais, do lado direito, apresentam produtos descartáveis na cor branca, cinza e preto, sendo cores menos atrativas. Essas informações verbais das placas no topo constituem a informação promissora do corredor; já os produtos dispostos nas prateleiras esquerda e direita correspondem, respectivamente, às informações familiares e às novas. Assim, a informação familiar é a festa infantil bem colorida enquanto a informação nova está na utilização de descartáveis nas festas devido à praticidade. Ao fundo do corredor há uma mesa temática com painel *pallet* com elementos do tema 3 Palavrinhas¹⁶, provavelmente para aluguel.

No modo espacial, por meio da categoria ligação, esse espaço pode ser visto como moderadamente livre, assim como no corredor anterior. Isso decorre do razoável distanciamento entre piso, parede e teto e suas cores claras; da boa iluminação com lâmpadas fluorescentes; do ventilador na parede; da organização dos produtos por categoria em prateleiras. Detalhes como a pilastra no meio ou a parte do teto mais baixa não parecem impactar a amplitude desse corredor. Na categoria vínculo, a interpretação ocorre baseada nos elementos coloridos das prateleiras do lado esquerdo e na mesa temática ao fundo, que funcionam como atributos simbólicos de uma festa infantil. Já os elementos nas prateleiras da esquerda estariam relacionados a qualquer evento devido às cores cinza, branco e preto. Esses elementos da categoria vínculo também são recursos semióticos do modo visual.

Na sequência, a Fig. 6 mostra a parte central da loja, onde há duas estantes no meio para dividir a passagem entre corredores do lado esquerdo e direito, já vistos. O ângulo captado foi na passagem central para o corredor direito, com visão diagonal mais ao fundo da loja.

16 Um canal infantil cristão no YouTube voltado para o público infantil cristão.

Figura 6 – Centro da loja Adoleta, modos e recursos semióticos

	Modos de significados	Recursos semióticos correspondentes
	Escrito/verbal	Preços nas bordas; marca das bexigas; temas infantis.
	Visual	Prateleiras com produtos diversificados (descartáveis, recipientes plásticos e temáticos, balões personalizados).
	Espacial	Corredores moderadamente livres; Boa iluminação; piso com elevação ao fundo, parede e teto claro.

Fonte: Dados da pesquisa. Foto registrada pelos autores em 18/04/2023.

O modo verbal é praticamente impossível de ser visto na fotografia da Fig. 6, pois se restringe às etiquetas adesivas com os preços nas bordas das prateleiras e às marcas de produtos.

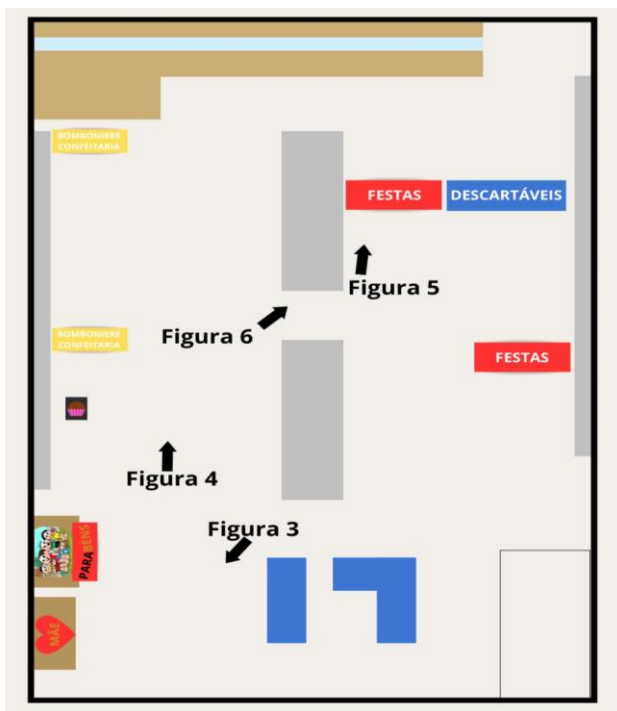
Sobre o modo visual, considerando somente essa estante central e frontal da fotografia, ele é identificado pela variedade de produtos nas cinco prateleiras mostradas nessa estante. As três primeiras exibem itens utilizados para enfeitar as mesas; já as duas últimas trazem diversos totens em miniaturas relacionadas às personagens infantis, dentre eles: A pequena sereia, Peppa, Mickey, Frozen, Aladdin, Pokémon e Roblox¹⁷. Por trás dessas cinco prateleiras, na lateral esquerda, existem pacotes de balões, com diferentes cores e tamanhos; recipientes como jarros e bacias; balões infláveis e temáticos no teto ao fundo.

No modo espacial, a categoria ligação possibilita interpretar esse espaço como moderadamente livre, assim como nas Figuras 3, 4 e 5. Isso se explica pela distância relativa entre paredes, piso e teto, boa iluminação e ventilação, organização espacial da mobília e dos produtos no espaço. Mesmo observando o teto mais baixo em algumas partes, o piso elevado ao fundo, as cerâmicas brancas com tons diferentes, essa interpretação do espaço permanece. Na categoria vínculo, os atributos simbólicos do universo infantil são os balões temáticos coloridos e infláveis, miniaturas de personagens infantis e pacotes de balões.

Após todas essas ilustrações, é possível imaginar uma visão geral da loja sintetizada na Fig. 7.

¹⁷ Um jogo digital que vem ganhando destaque mundial nos últimos anos.

Figura 7 – Visão geral da loja Adoleta



Fonte: Elaborado pelo bolsista por meio do programa Canvas.

A Fig. 7 representa os espaços observados e sinaliza o local aproximado onde as fotografias anteriores foram captadas. Observem que a entrada da loja estaria na base, em frente a esses balcões azuis. As palavras **Figura** e os **números** com setas indicativas sinalizam os ângulos de captura dos espaços nas respectivas fotografias. A Fig. 3 mostra aquela entrada da loja pelo lado esquerdo; a Fig. 4 apresenta a continuidade da entrada da loja por esse mesmo lado; a Fig. 5 ilustra o ângulo de captura do corredor intitulado de festas e descartáveis; a Fig. 6 aponta a parte central do interior da loja entre uma das estantes divisórias de passagem.

Em síntese, na loja Adoleta é possível perceber que os modos visual e espacial de significados predominam com relação ao modo verbal, como é de se esperar por se tratar de uma loja comercial no segmento de festas infantis. As categorias valor de informação, saliência e estruturação da metafunção composicional (GDV) foram eleitas por direcionar um olhar sobre a relação da distribuição e a organização de elementos do modo visual na imagem. Já para tecer um olhar voltado para a relação de possível interação entre o texto espacial e o observador/cliente, no modo espacial, as categorias ligação (*binding*) e vínculo (*bonding*) da metafunção interativa (ADEsp) foram pontuais.

O modo verbal está presente na fachada da loja para identificar seu nome e sinalizar o tipo de negócio, bem como em placas nos corredores para sinalizar os produtos que podem ser encontrados. Esse modo de comunicação utilizou como recursos

semióticos tanto as palavras escritas quanto o formato das letras, as cores e as formas como ícones relacionados à infância, sendo esses últimos considerados também recursos semióticos no modo visual. Este, por sua vez, apresenta ainda como recursos semióticos em destaque as mesas e as prateleiras com seus produtos coloridos, sejam eles comestíveis, descartáveis ou de decoração. Nesse caso, a decoração é voltada para ícones de personagens infantis, organizados simetricamente nos corredores da loja. Paralelo ao modo visual, o modo espacial se destaca pelo espaço nos corredores, pela distância relativa entre os elementos da estrutura física e pelos elementos variáveis do ambiente, que também são visuais. No caso dos elementos variáveis do ambiente, há também um entrecruzamento de recursos semióticos nas categorias ligação e vínculo, a exemplo dos ícones de personagens infantis que se agrupam em mesas no piso e em painéis nas paredes.

Ainda sobre o modo espacial, é o espaço interno com passagem livre nos corredores que marca os locais de frente às prateleiras abertas com produtos em exposição para o cliente/observador interagir. A abertura ampla da entrada, a claridade da estrutura física, a iluminação natural ou artificial e a climatização são elementos que contribuem para o cliente se sentir seguro e confortável naquela loja, podendo prolongar sua estadia ali. A loja não apresenta produtos empilhados pelo chão ou desorganizados nas prateleiras que impeçam a circulação de ar e a movimentação dos clientes. Ademais, os elementos podem ser vistos de perto e tocados pelos clientes, contribuindo para estabelecer uma interação.

Assim, os resultados apontam uma loja que comunica a representação da festa infantil a partir de fachada com seu nome – Adoleta – como uma festa relacionada à música e à brincadeira, mas logo na entrada da loja isso se altera porque a representação da festa se dá via uma decoração temática, adicionada a motivo da comemoração em si. Nesse sentido, as prateleiras exibem quais produtos de decoração estão em alta e os diversos temas. Os resultados revelam ainda que as festas infantis são caracterizadas pelo aluguel de mobília, painéis, produtos descartáveis e elementos temáticos de acordo com personagens infantis clássicos ou em evidência na época.

É relevante refletir sobre os discursos implícitos voltados para uma infância festiva, consumista, exclusiva de crianças oriundas de famílias favorecidas economicamente, privilegiando esse grupo social. Existem infâncias excluídas que não levam lucro ao mercado e crianças que não celebram datas comemorativas com festas ou que não compreendem o significado de comemorações assim, moldadas por e para adultos. A próxima seção apresenta as últimas considerações até o momento.

5 Últimas considerações

Este artigo, oriundo de uma pesquisa PIBIC voltada para a multimodalidade em lojas de produtos de festas infantis em Guarabira/PB, discutiu a possibilidade de leitura além

do verbal em uma dessas lojas, trazendo à tona os modos visual e espacial. A leitura respaldou-se na Semiótica Social, GDV e ADEsp.

As lojas com produtos para festas infantis parecem ser um meio de negócio viável que tem se sustentado há décadas, não somente com venda de produtos, mas também com o aluguel de alguns itens. Por meio da análise de uma das lojas como texto espacial, foi possível perceber que não se trata somente de uma loja comercial cuja finalidade é vender ou alugar produtos para festa infantil, mas também fortalecer discursos sobre uma infância comemorada com festas. Isso não se trata de uma escolha da loja em si, mas é pré-determinada pela sociedade mediante ideias e produtos para uma infância festiva comemorada com temas em alta, aluguel de peças, produtos descartáveis e guloseimas.

Por último, é válido pontuar que não se trata de uma questão de apontar essa forma de comemoração como certa ou errada, mas de provocar uma reflexão para se investigar esses textos multimodais do cotidiano, comuns aos nossos olhos. Nesse sentido, o objetivo do artigo foi cumprido ao evidenciar a multimodalidade em uma loja como texto, contribuindo para romper a concepção de texto arraigada somente ao verbal. Outro ponto é que embora este artigo tenha se detido em uma loja, em futuros trabalhos, outras lojas podem ser contempladas assim como outros modos de significação e categorias analíticas.

| Agradecimentos

Gratidão ao PIBIC/CNPq pelo apoio financeiro de bolsa para o pesquisador. Gratidão aos proprietários das lojas pela cordial recepção da equipe do projeto e pela permissão em realizar a pesquisa. Agradecimento especial ao bolsista e aos voluntários pelo desenvolvimento da pesquisa e escrita conjunta deste artigo.

| Referências

CALLEGARO, E. K.; MARTINS, N. B.; KADER, C. C. C. Análise do prédio da Reitoria da Universidade Federal de Santa Maria sob a ótica da Semiótica Espacial. *Caminhos em Linguística Aplicada*, Tabaté, v. 10, n. 1, p. 127-146, 2014.

FERNANDES, C.R.P. É festa! Um olhar para o discurso espacial de cenários temáticos infantis. *In: Colóquio de Pesquisas em Semiótica Visual e Multimodalidade*, 2019, João Pessoa-PB. *Anais* [I Colóquio de pesquisas em semiótica visual e multimodalidade: diálogos entre multimodalidade e infância]. João Pessoa-PB: Editora UFPB, 2019a. p. 77-94. Disponível em: <https://cpsmcolouio.weebly.com/>. Acesso em: 10 fev. 2020.

FERNANDES, C. R. P. A paisagem linguística e a multimodalidade em fachadas de casas de festas infantis: um diálogo possível. *Revista Prolíngua*, João Pessoa, v. 14, n. 2, p. 45-59, ago./dez. 2019b. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/prolingua/article/view/48738/30242>. Acesso em: 16 jul. 2020.

FERNANDES, C. R. P. *Parabéns pra você! Cenários temáticos em festas infantis: um olhar para o discurso espacial a partir da multimodalidade e semiótica social*. 2022. Tese (Doutorado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2022.

GUALBERTO, C. L. *Muito além das palavras: leituras multimodais a partir da semiótica social*. São Paulo: Pimenta Cultural, 2017.

GUALBERTO, C. L.; PIMENTA, S. M. O.; SANTOS, Z. B. Leitura e produção textual no contexto acadêmico: práticas e reflexões a partir da multimodalidade e da Semiótica Social. In: GUALBERTO, C. L.; PIMENTA, S. M. O.; SANTOS, Z. B. *Multimodalidade e Ensino: múltiplas perspectivas*. São Paulo: Pimenta Cultural, 2018. p. 13-35.

GUALBERTO, C. L.; SANTOS, Z. B. Multimodalidade no contexto brasileiro: um estado de arte. *D.E.L.T.A*, v. 35, n. 2, p. 1-30, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/delta/article/view/45274>. Acesso em: 30 jul. 2020.

HALLIDAY, M. A. K. *Language as Social Semiotic*. London: Arnold, 1978.

HODGE, R.; KRESS, G. Social Semiotics. In: HODGE, R.; KRESS, G. *Social Semiotics*. Ithaca, New York: Cornell University Press, 1988. p. 1-12.

KALANTZIS, M.; COPE, B. *Literacies*. [S. l.]: Cambridge University Press, 2012. Disponível em: https://tuxdoc.com/download/kalantzis-m-cope-b-2012-literaciespdf-4_pdf. Acesso em: 26 jul. 2020.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication*. London: Arnold, 2001.

KRESS, G.; VAN LEEUWEN, T. *Reading images: the grammar of visual design*. London: Routledge, 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos de Metodologia Científica*. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

NASCIMENTO, R.; BEZERRA, F.; HEBERLE, V. Multiletramentos: iniciação à análise de imagens. *Linguagem e Ensino*, Pelotas, v. 14, p. 529-552, jul./dez. 2011.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. *Metodologia do Trabalho Científico e Técnicas de Pesquisa e Trabalho Científico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. Disponível em: <http://migre.me/eqVxf>. Acesso em: 21 maio 2016.

RAVELLI, L. J.; MCMURTRIE, R. J. *Multimodality in the Built Environment Spatial Discourse Analysis*. London and New York: Routledge, 2016.

RAVELLI, L.; HEBERLE, V. Bringing a museum of language to life: the use of multimodal resources for intetactional engagement in the Museu da Língua Portuguesa. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, Belo Horizonte, v. 16, n. 4, p. 521-546, jun. 2016.

STENGLIN, M. *Packaging Curiosities: Toward a Grammar of Three Dimensional Space*. Sidney: University of Sydney, 2004.

STENGLIN, M. *et al.* Space odyssey: a guided tour through the semiosis of three dimensional space. *Visual Communication*, Los Angeles, v. 8, n. 1, p. 35-64, 2009.

VAN LEEUWEN, T. Semiotic principles. In: VAN LEEUWEN, T. *Introducing Social Semiotics*. 1. ed. [S. l.]: Routledge Taylor & Francis Group, 2005. p. XI-89.

Como citar este trabalho:

FERNANDES, Cláudia Regina Ponciano; NASCIMENTO, Maurício Silva do; ALVES, Ana Isabela Fernandes; ROCHA, Jandeilson Lira A multimodalidade em lojas para festas infantis: análise do discurso visual e espacial. **CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada**, São Paulo, v. 17, n. 1, p. 118-141, jul. 2024. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/index>. Acesso em "dia/mês/ano". <http://dx.doi.org/10.21709/casa.v17i1.18669>.