

# TRIADES

Transversalidades | Design | Linguagens

# INFÂNCIA E CULTURA VISUAL: OS REFERENTES CULTURAIS DA REVISTA BILLIKEN

Gustavo Saucedo<sup>1</sup>, Solange Coutinho<sup>2</sup>, Virginia Cavalcanti<sup>3</sup>, Virginia Kummer<sup>4</sup>

Universidade Federal de Pernambuco | Centro de Artes e Comunicação  
Programa de Pós-Graduação em Design

## RESUMO:

A produção de artefatos da cultura, e da *cultura impressa* em particular, ao longo da história proporcionou e ainda proporciona às crianças uma série de referentes que conformam a *cultura visual* das mesmas. Partindo da pesquisa bibliográfica, este artigo pretende mapear e relacionar conceitos do campo da *cultura* (Gomes de Carvalho, Santaella), do *design* (Cardoso) e das *ciências sociais* (Carli, Fallabella) que podem auxiliar o estudo de artefatos impressos. Posteriormente, por meio da observação pretendeu-se identificar e descrever os distintos referentes culturais contidos nas capas da revista infantil argentina Billiken. Analisaram-se dez capas da revista entendendo-a como *artefato cultural* que veicula informações sobre o contexto de produção (Argentina, décadas dos anos de 1970 e 2000), circulação e consumo (casa e escola) e o público alvo (crianças escolarizadas). A partir desse estudo, constatou-se que os referentes culturais criados desde as mídias, a escola ou o mercado conformam o conjunto de símbolos da cultura visual infantil de cada época; e que Billiken, além de ter propósitos educativos, publicitários ou ideológicos, se ocupou da construção da identidade do leitor e a cultura visual dele.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cultura; Design; Revista Infantil; Cultura Visual, Billiken

## ABSTRACT:

The production of cultural artifacts, especially *printed culture*, has over the years continued to provide children with a series of cultural references, which have established children's visual culture. Beginning from a bibliographic research, this article has attempted to map and to establish links amongst concepts from the fields of *culture* (Gomes de Carvalho, Santaella), *design* (Cardoso) and *social sciences* (Carli, Fallabella), in order to assist in the study of printed artifacts. Subsequently, it is our intention to identify and describe different cultural references through an analysis of the Argentinean children's magazine called Billiken. Ten covers of the Billiken magazines were analyzed as cultural artifacts, and which carry information regarding the contexts of production (Argentina, the 1970s and 2000s), consumption (home and school) and the target audience (schoolchildren). As a result, it was confirmed that cultural references created from mass media, school and the market have constructed a set of visual culture symbols which characterizes each era. Moreover, it has been discovered that as well as demonstrating educational, advertising and ideological purposes, Billiken has also cooperated with the construction of the identity of readers and their visual culture.

---

<sup>1</sup> Mestrando em Design da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-Brasil),  
gsaucedo.design@gmail.com

<sup>2</sup> Professora Doutora da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-Brasil), solangecoutinho@globocom

<sup>3</sup> Professora Doutora da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-Brasil), cavalcanti.virginia@gmail.com

<sup>4</sup> Professora Doutora da Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER-Argentina),  
virginiamkummer@gmail.com

**KEYWORDS:** Culture; Design; Children's Magazine; Visual Culture, Billiken

## INTRODUÇÃO

Este artigo aborda a cultura visual, aqui compreendida como o conjunto de artefatos considerados representações visuais que atuam como mediadores de significados, dedicada à infância argentina presente nas capas da revista Billiken, nas décadas dos anos de 1970 e 2000. Como produção acadêmica, visou em primeiro lugar, mapear e relacionar conceitos do campo da *cultura*, do *design* e das *ciências sociais* que podem auxiliar o estudo de artefatos impressos. Ao mesmo tempo, através de uma observação descritivo-analítica pretendeu-se identificar e descrever os distintos referentes culturais contidos nas capas da revista Billiken da Argentina nas décadas de 1970 e 2000.

Organizamos o presente estudo sob três grandes tópicos que nortearam a sequência lógica de observação das revistas, dois deles de caráter teórico e o outro prático. Assim, no primeiro tópico (1) *CULTURA E DESIGN* apresenta-se as noções relacionadas ao conceito de *cultura* e de *design* atrelados à categoria de *cultura impressa*. Já no segundo tópico (2) *A REVISTA COMO ARTEFATO CULTURAL*, explora-se a revista e sua função, apresentando o estudo de caso escolhido: a revista infantil Billiken.

No último tópico intitulado (3) *INFÂNCIA E CULTURA VISUAL NA ARGENTINA*, expõem-se as ideias de infância advindas das *ciências sociais*, identificando referências que constroem a cultura visual de cada época. Para dar conta dessas referências se utilizou como procedimento metodológico a observação descritivo-analítica em dez capas da revista Billiken. Através de uma amostragem não probabilística, tivemos a possibilidade de escolher aquelas capas que são mais acessíveis e representativas para a população. Considerando as características particulares do objeto em estudo e utilizando o nosso julgamento, foram selecionadas as capas visando dar conta da diversidade de referentes culturais. Em segundo lugar, se equiparou o número de publicações por década, resultando nas edições 2626, 2628, 2630, 2703 e 2930 dos anos setenta; e as 4206, 4488, 4407, 4441 e 4500 dos anos dois mil.

Para concluir, são expostos nas considerações finais, os objetivos em diálogo com a observação conduzida refletindo sobre o papel dos artefatos impressos em particular, e dos produtos audiovisuais em geral, na constituição da cultura visual infantil. Destacando a importância de um estudo mais aprofundado sobre os signos que o design constrói e

vivência, por meio de cada um dos artefatos culturais que coloca na vida cotidiana das pessoas.

## 1. CULTURA E DESIGN

Ao dar início a um estudo multidisciplinar – cultura, design, ciências sociais – no campo da *cultura* considera-se necessário focar no objeto de estudo específico de pesquisa: as revistas infantis. Para isso, buscamos uma definição que dê conta da complexidade do assunto, por meio de um olhar que permeie o design e os artefatos que ele produz para a sociedade.

Das diferentes formas de definir a *cultura*, concordamos com Gomes de Carvalho (2006) ao entendê-la como “*um conjunto de símbolos significantes, um código, um mapa mental ou uma linguagem que fornece a orientação e as referências necessárias para que as pessoas possam viver em grupo*” (GOMES DE CARVALHO apud ONO, 2006: p21). Nesse sentido, podemos relacionar esse conceito com as práticas do *design* como produtor de artefatos imersos nos grupos sociais. Reportamo-nos a Cardoso (2007) para entendermos que “*design refere-se à concepção e à elaboração de projetos, tanto para a fabricação de artefatos industriais quanto para a configuração de sistemas de interação entre usuários e objetos*” (CARDOSO, 2007: p1). Dessa segunda definição podemos entender que todos os artefatos produzidos pelo *design* estão carregados de significados, mediados por linguagens visuais e que se inserem na sociedade como artefatos do cotidiano, pelo qual também podemos considerar *artefatos culturais*.

A pesquisadora Gomes de Carvalho acrescenta que “*a concepção, produção e uso de objetos também possuem suas referências que compõem a cultura de cada grupo. Eles estão, portanto, impregnados de cultura*” (GOMES DE CARVALHO apud ONO, 2006: p21), e nesse ponto se centra o presente trabalho: reconhecer as referências culturais que estão impregnadas num artefato específico – a revista *Billiken*, para um público específico – o infantil, produzido pelo *design* em dois contextos temporais diferentes – décadas de 1970 e 2000, mas num mesmo espaço de produção e circulação: a República Argentina.

Outra definição que consideramos importante ao pensar a revista no campo da cultura é a de *cultura impressa* apresentada por Santaella (2010) no estudo das formações culturais. A autora define a cultura como um processo, e o divide em seis eras culturais ou formações

culturais – oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital – que “*estão pautadas na convicção de que os meios de comunicação (...) são capazes não só de moldar o pensamento e a sensibilidade dos seres humanos, mas também de produzir o surgimento de novos ambientes socioculturais*” (SANTAELLA, 2010: p13). Além disso, essa divisão não marca períodos culturais lineares mas sempre que há um processo acumulativo de complexificação: uma nova formação comunicativa e cultural vai se integrando à anterior, provocando-lhe reajustes e novas funções.

Tal como Santaella afirma, a *cultura impressa* evoluiu acompanhando a sociedade e se tornando mais complexa mediante processos acumulativos de avanços tecnológicos, estéticos e sociais, que deram origem a uma ampla gama de artefatos: livros, jornais, cartazes, revistas, embalagens, folhetos, entre outros. Esses avanços e mudanças ocorrem tanto nos suportes, nas estéticas, nas tecnologias como nos recursos gráficos ou nas funções do impresso; fizeram com que os artefatos estivessem configurados e acompanhassem, ao longo do tempo, as necessidades dos grupos sociais.

## **2. REVISTA COMO ARTEFATO CULTURAL**

Pensar a ideia da revista como objeto da *cultura* e do *design* nos remete a ideia de *artefato*, pensando desde o design como produto humano por meio da manipulação de alguma matéria prima (CARDOSO, 2011). Mas aprofundando-nos no estudo da cultura, encontramos a definição de *artefato cultural* entendido como um objeto fabricado pelo homem que dá informações sobre a cultura do seu criador e seus usuários, quer dizer um objeto mediador que referencia o mundo e o indivíduo (CARDOSO 2011). A partir disso, podem-se considerar as revistas infantis como artefatos culturais mediadores entre as crianças e o mundo que é modelado para elas (SAUCEDO, 2014). Nesse sentido e em relação ao conceito de cultura introduzido no tópico anterior, as revistas são configuradas com signos e símbolos que conformam uma linguagem que oferta as referências necessárias para construir o mundo – ou parte dele – e como se relacionar nele para um determinado setor da sociedade, as crianças.

Enquanto artefatos culturais, as revistas infantis devem ser entendidas, estudadas e interpretadas como intervenções emocionais na vida cotidiana dos leitores que estão formando a sua identidade, o seu imaginário próprio e do mundo. Mais uma forma de pensar as revistas é considerá-las como manifestações gráficas que, como ressaltam

Cardoso & Allis (2007) “*ilustram uma das mais bem-sucedidas relações entre as pessoas e o meio projetado e apresentam uma perspectiva inédita para o entendimento de nossa sociedade e desenvolvimento de produtos com foco na promoção de experiências memoráveis e sentimentos positivos*”. (CARDOSO & ALLIS, 2007: p4). Independentemente do ponto de vista escolhido, é indiscutível que a revista é uma importante ferramenta que atua tanto como facilitador para apreensão da informação enquanto artefato modelador da identidade; e que ao mesmo que gera símbolos, imagens, textos, referentes que configuram uma determinada cultura visual.

## **2.1. A REVISTA INFANTIL**

Se a revista em geral como artefato permite disseminar e difundir um determinado conteúdo, no caso das revistas infantis o efeito vale pelo dobro já que elas podem se constituir numa fonte inesgotável de signos e símbolos para o leitor. De acordo com Ali (2009), Billiken entraria na categoria de *revistas de consumo*, aquelas criadas para o consumo popular. E já no específico, no subgrupo das *segmentadas por público: crianças*. Dessa segmentação, encontramos que o gênero infantil é amplamente explorado, uma mostra disso é que atualidade há mais de 30 publicações periódicas para crianças nas bancas de jornal argentinas abrangendo a totalidade das faixas etárias infantis: 4 a 12 anos. Historicamente o sucesso do gênero infantil deve-se a diferentes avanços socioculturais em várias escalas e características, que influenciaram no campo editorial: desde os diversos projetos de alfabetização da população que permitiram um crescente público leitor, até a incorporação dos avanços tecnológicos em matéria de edição e impressão. Esses e outros avanços, junto à necessidade das crianças de serem educadas para formar parte da sociedade entendendo seus símbolos e compartilhando os seus hábitos, deram à revista infantil um lugar de suma importância.

Nesse gênero, este trabalho foca no estudo da revista mais significativa da Argentina quanto à abrangência de circulação e número de exemplares por edição no período selecionado, décadas de 1970 e de 2000<sup>5</sup>. A partir da apresentação da revista Billiken como estudo de caso pretende-se observar em dez capas a utilização de referentes que conformaram ao longo do tempo a cultura visual infantil argentina. É importante

---

<sup>5</sup> O recorte temporal apresentado nesse artigo responde ao escolhido no projeto de pesquisa de mestrado “*Construção do gênero editorial revista infantil: Linguagem visual e conteúdos informacionais nas revistas Billiken e Recreio nas décadas de 1970 e 2000.*”, do Programa de Pós-Graduação em Design do CAC-UFPE.

mencionar, ainda que seja obvio, que essa publicação não operou nem opera sozinha na construção do imaginário infantil de cada época.

## **2.2 REVISTA BILLIKEN**

O primeiro exemplar de Billiken foi publicado em 17 de novembro de 1919 por Constancio Vigil, sob o selo da Editorial Atlântida. Essa revista, como publicação marcou os hábitos e costumes das crianças por mais de 90 anos, como explica Morduchowicz (2010) "*Leitura herdada de pais a filhos, ao longo de quatro gerações, faz as relações entre as mídias e a escola, assim como o imaginário político e social de boa parte da classe média -média alta- da Argentina*" (MORDUCHOWICZ, 2010: p15, tradução nossa). Além dessas funções político-educativas, a revista se propunha entreter a esse novo segmento da sociedade que começava a ser reconhecido e valorizado pela mesma e pelo mercado (de roupas, de brinquedos, de livros, etc.).

Embora originalmente fosse "*a revista das crianças*" como estabelecia seu slogan, depois foi considerada uma publicação para a escola e se converteu assim, em mais um material escolar. Dessa maneira, a aventura foi substituída pelo conteúdo adaptado ao calendário escolar argentino, os textos ficaram semelhantes aos textos encontrados nos livros de leitura e a revista alcançou o caráter exemplar que lhe deu um perfil mais popular. A partir disso, Billiken continuou o seu caminho, adicionando figurinhas para colecionar, pôsteres das datas pátrias, maquetes para a escola e todo o conjunto de referentes visuais. Esse último material, o gráfico, cumpriu e cumpre um rol fundamental: cercar as crianças de imagens, ilustrações e fotografias, signos e símbolos de uma cultura à qual devem pertencer.

Com o avanço do tempo Billiken publicou HQs, contos, personagens de ficção, jogos, curiosidades e chegou até a publicar conteúdos de entretenimento relacionados aos novos produtos culturais para crianças como música, cinema e televisão. Segundo alguns autores (GOCIOLO 2006; GUITELMAN 2006; BARBOZA & SAUCEDO 2013) por volta dos anos 1990, entanto Billiken modernizava seu design e sua linguagem visual adaptando-se à passagem de século, empobreceu seu conteúdo; processo que tinha começado muito tempo antes com a saída do material escolar e formal, o qual chegava em suplementos, álbuns e CDs interativos fora do miolo da revista. Na atualidade Billiken continua sendo impressa pela Editorial Atlântida com uma periodicidade semanal, e longe de ser a ferramenta

escolar nascida nos anos 1920, hoje a revista apresenta conteúdos relacionados à crescente indústria cultural infantil.

### **3. INFÂNCIA E CULTURA VISUAL NA ARGENTINA**

Retomando o conceito de *cultura* apresentado no início do artigo, vinculado ao conjunto de símbolos significantes ou representações, podemos ressaltar que a *cultura visual* se refere a artefatos que: em primeiro lugar, são representações visuais (estáticas ou em movimento); e ao mesmo tempo, elas se constituem como discursos, através de atitudes, crenças e valores, ou seja, que atuam como mediadores de significações (Hernandez 2005). Falar da *cultura visual* em relação à *infância*, implica em primeiro lugar, enquadrar o contexto em que esse grupo da sociedade se insere. No caso deste trabalho foram analisadas as capas de uma revista entendida como artefato cultural que veicula informações sobre o contexto de produção (Argentina, 1970 e 2000), circulação e consumo (casa e escola) e o público alvo (crianças escolarizadas).

É importante destacar no começo que o período de tempo selecionado está marcado principalmente pelas mudanças sociopolíticas na Argentina, como explica a pesquisadora Carli (2009) além da passagem de governos ditatoriais à democracia, outra mudança importante foi a passagem de um modelo de sociedade integrada de princípios dos anos 1970 até um modelo de sociedade polarizada, marcada pelas diferenças sociais, o empobrecimento e a debilitação do espaço público que se fez evidente nos anos 1990. Nesse sentido, falar da infância dos setenta (do século passado) implica ter em conta certos modos de infância vinculados à reclusão, como explica a autora; por um lado as crianças como vítimas das políticas de sequestro, e por outro, crianças reclusas no âmbito do lar com famílias que desvalorizaram e qualificaram de perigoso o espaço público, em benefício do privado. Não é por acaso que a oferta de produtos culturais aumentou em grande medida através de publicações, brinquedos, passatempos e os incipientes programas de televisão que os isolavam no conforto do lar.

#### **3.1 OS ANOS SETENTA**

Durante essa década, na Argentina novos símbolos, referências e costumes foram introduzidos na vida cotidiana das crianças. Particularmente a cultura visual teve nesse período duas fontes: a primeira, na perspectiva do projeto social de integração por meio da



instalação de símbolos nacionais e de personagens locais vinculados à representação da criança como sujeito escolarizado. A segunda chega com a entrada ao país de produtos audiovisuais internacionais, principalmente europeus e americanos, destinados à infância. Assim nas capas seriam relatadas as mudanças da sociedade e tecnologia, dentre esses avanços destaca-se a televisão e com ela os desenhos animados para crianças. Até então a oferta de produtos para as crianças estava constituída pelos contos clássicos, os livros didáticos, e as HQs como *Isidoro* (1935), *Ernie Pike* (1957) e *El Eternauta* (1957), entre outros, que aos poucos começariam uma audaz concorrência com os seriados e os desenhos animados internacionais. Essa grande ascensão dos desenhos animados como *Gardfield* (1978) de Jim Davis, *The Smurfs* (1978) e *Los autos locos* (1968) os dois de Hanna-Barbera, o italiano *Topo Gigio* (1958) de Maria Perego, os bonecos de *Plaza Sésamo* (1972) e o seriado de *Superman* (1978), entre outros, começaram a chegar de diversos países para tomar conta das crianças argentinas.

A capa da revista *Billiken* N° 2703 do ano de 1971 (Figura 1) apresenta essa dupla relação de referentes locais e internacionais, utilizando a imagem da personagem *Topo Gigio* para mostrar um brinde que chegava com a revista: um modelo para montar do carro “*Berta Tornado*” que na época era dirigido pelo famoso corredor argentino Luis Di Palma. Na ilustração são duas as referências apresentadas: uma internacional através do *Topo Gigio* (chegado à Argentina em 1968) que acompanhava a rotina de todas as crianças através de seu programa de TV, neste caso vestido de corredor de Fórmula 1; e outra nacional na imagem do carro mais avançado e competitivo construído na Argentina até o momento: o *Berta Tornado*. Com a ancoragem do *Topo Gigio* se introduzia no mundo das crianças a imagem – e brinquedo – do símbolo nacional do momento.



Figura 1. Na sequência: a capa da revista *Billiken* N° 2703, o personagem televisivo *Topo Gigio* (1968) e o famoso carro *Berta Tornado* junto ao corredor argentino Di Palma (1971).

Outro exemplo de capa que traz referências duplas é o N° 2793 do ano de 1973 (Figura 2), onde a ilustração apresenta dois personagens de natureza midiática diversa e que se

referem a contextos diferentes, mas os dois são utilizados para mostrar o mesmo brinde que chega com a revista. Por um lado, o coelho *Bugs Bunny* (criado em 1940) do seriado de desenhos animados americano *Looney Tunes*; e por outro, o *Mono Relojero* (1941) desenho baseado no conto de Constanancio Vigil. Esse último nasceu de um livro, e foi tal o sucesso entre as crianças que se converteu primeiro em HQ dentro da revista e logo virou personagem protagonista das capas desde 1973 até 1976. O *Mono Relojero* já era parte fundamental da cultura visual infantil porque foi o primeiro filme argentino de desenho animado falado em 1938, escrito pelo mesmo Vigil e dirigido por Quirino Cristiani.



Figura 2. Na sequência: a capa da revista Billiken N° 2793 e as personagens do *Bugs Bunny* na sua última versão lançada em 1948, E o *Mono Relojero* do HQ de Billiken dos anos de 1970 e na sua versão livro de contos de 1963.

É interessante acrescentar que, desde o seu começo até o ano 1973, a revista Billiken não tinha um personagem principal que acompanhasse cada número, no entanto utilizava a representação de crianças por meio da ilustração, sempre em cenas vinculadas à escola. Já nos casos que utilizava personagens, se reduziam ao já mencionado *Topo Gigio*, o *Mac Perro* (desenho animado da TV) e o *Mono Relojero*. Exemplo dessa utilização da imagem infantil é a capa do N° 2630 do ano de 1970 (Figura 3), onde a ilustração apresenta um grupo de crianças vestindo o clássico *guardapolvos*<sup>6</sup> e o a *escarapela*<sup>7</sup> (broche enfeite símbolo nacional) que todas as crianças utilizam até hoje para ir à escola pública. Não é por acaso que a revista utilize este tipo de cena, já que de fato, a imagem que se tinha da infância estava vinculada principalmente à denominada *criança leitora* colocada por Falabella (2009) e que respondia à educação como principal projeto cultural. Neste caso as referências são todas nacionais, referenciando a imagem da criança escolarizada e seus valores de orgulho nacional e respeito ao país.

<sup>6</sup> Avental, uniforme escolar obrigatório argentino das escolas públicas desde 1942, geralmente de cor branca.

<sup>7</sup> Boche, enfeite símbolo nacional do país com as cores da bandeira argentina.

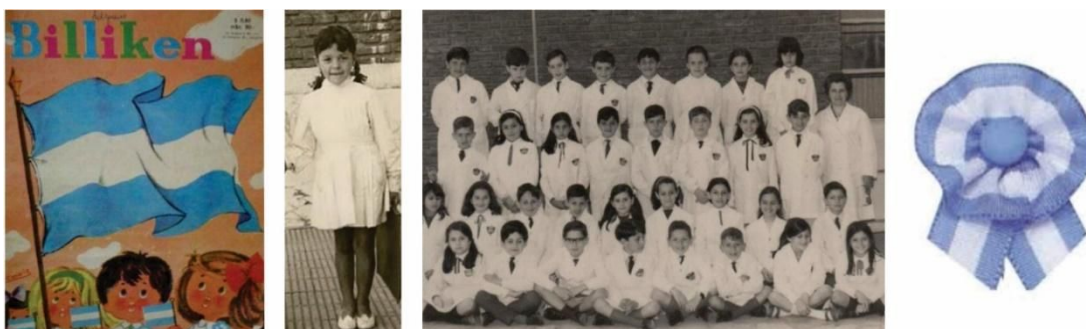


Figura 3. Na sequência: capa de Billiken N° 2630, criança vestindo um *guardapolvo escolar*, alunos do ano de 1973 vestindo *guardapolvos* escolares, e a tradicional *escarapela* argentina.

Outra amostra desse aspecto é a capa de ano 1970 (Figura 4), que apresenta, para a semana de maio, a clássica imagem de manual escolar do *cabildo*<sup>8</sup> de Buenos Aires e um grupo de crianças da escola frente a ele. Não é um detalhe menor que no caso da capa da bandeira (Figura 3), e do *cabildo*, esses símbolos ocupem mais de 75% do campo visual, é um imaginário, um referente cultural, o que se está construindo: um tipo de cidadania. Mais uma forma de aludir ao imaginário escolar é a utilização de cenas icônicas da história argentina como na capa do N° 2626 do ano de 1970 (Figura 4) que traz a celebração do dia do hino nacional (11 de maio), na ilustração se apresenta o momento histórico da apresentação em sociedade do hino nacional e essa imagem não fugiu em estilo pictórico e figurativo das que as crianças encontraram em seus manuais didáticos e livros da época.

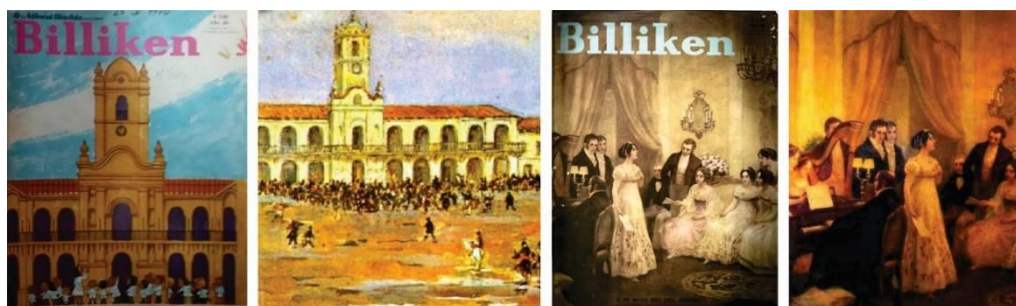


Figura 4. Na sequência: a capa da revista Billiken N° 2628, quadro clássico do *cabildo* de Buenos Aires, a capa N° 2626 que retrata a imagem icônica da apresentação do hino nacional em 1813, e sua correspondente referência, o quadro de Subercasseaux.

### 3.2 A CHEGADA DO NOVO MILÊNIO

Embora as décadas dos anos 1980 e 1990 foram para Argentina anos de estabilidade democrática, também implicaram um aumento significativo da pobreza, tornando-se num cenário crítico para a entrada do novo milênio, com a acentuada crise de 2001. Sobre essa passagem temporal e suas consequências sobre a infância como experiência, Carli (2009) explica que não poderia ser vivida segundo os parâmetros de integração social das décadas anteriores.

<sup>8</sup> Instituição, prédio sede da primeira junta de governo argentino independente do rei da Espanha.

Como todo artefato cultural vinculado ao mercado, as revistas privilegiaram as experiências de infância mais acomodadas que tinham acesso a elas no seu cotidiano. Nesse contexto de condições desiguais para o acesso à tecnologia e outros bens, provocaram não só o aumento das diferenças entre as experiências infantis, senão também a presença de uma nova forma de distinção social através do consumo. Sobre isso, Carli (2009) explica que a expansão do mercado para crianças, da TV por satélite e suas produções derivadas, assim como também das mídias digitais, e dos novos espetáculos infantis provocaram uma nova configuração comercial e estética da produção cultural.

O ano 2000 encontra à infância no lugar central do mercado, das mídias e da cultura pelo qual Minzi (2009 apud CARLI, 2009), traz a ideia de *criança cliente*, como nova definição de criança marcada pela publicidade como projeto cultural que legitima novos modos de subjetividade e que constroem a ideia de ser criança. O mercado ingressa ao recreio escolar, à sala de casa, através primeiro das mídias e depois dos artefatos culturais. Isto faz que os canais de TV, os cinemas, os supermercados, as lojas, entre outros, se tornem espaços naturais para a vida diária e lugares onde se instala e reforça um imaginário social, um conjunto de símbolos e referentes: uma cultura visual.

Nessa construção cultural em constante mudança, os canais de TV tiveram um papel fundamental para a propagação e instauração de referentes culturais para as crianças vindos de todo o planeta. As tradicionais produtoras, em sua maioria americanas, chegaram ao país em suas versões para Latino América (países hispanos falantes). Entre esses canais se destacam *Discovery Kids*, *Nickelodeon*, *Disney Channel*, *Disney XD*, *Animax*, e o emblemático *Cartoon Network*, um dos primeiros canais fundado e dirigido ao público infantil com programas como *Bugs Bunny*, *El laboratorio de Dexter*, *La vaca y el pollito*, *Las chicas superpoderosas*, *Scooby Doo*, entre outros. Para ilustrar essa diversa oferta de produtos visuais para as crianças, só basta mencionar apenas os programas emitidos pelo canal *Nickelodeon*; os desenhos animados como *Hey Arnold*, *Ay! Real Monsters*, *Los Castores Cascarrabias*, *Rugrats*, *La vida moderna de Rocko*, *Rocket Power*, *Doug*; ou os seriados *Kenal e Kel*, *Clarrissa*, *Hermana-hermana*, entre outros. Além do fenômeno da massificação e diversificação da oferta de conteúdo audiovisual centrado nas crianças, alguns canais deram mais espaço para elas; desde as diferentes possibilidades para escolher a programação, até votar por seus ídolos em prêmios como os *Nickelodeon Kids' Choice Awards*. Nesses mesmos canais de TV, aparecem com maior frequência produtos audiovisuais chegadas de oriente, que nasceram como mangás (HQs) e viraram animes

(gênero de animação japonês) como *Dragon Ball*, *Evangelion*, *Los Caballeros del Zodiaco*, *Sailor Moon*, *Pokémon*, *Digimon*, *Ranma 1/2*, *Yu Yu Hakusho*, *Yu-Gi-Oh!*, *Naruto*, entre outros.

Outras duas indústrias que se desenvolveram notavelmente nessa década foram as de filmes e a da música destinadas às crianças. No que concerne à produção cinematográfica, a década inaugurou toda uma indústria dedicada à infância, através de filmes de ciência-ficção, desenhos animados, animações, etc., dos quais se destacam: *X-Men* (2000), *El Señor de los Anillos* I, II e III (2001, 2002, 2003), *Harry Potter* I, II, III, IV, V e VI (2001, 2002, 2004, 2005, 2007, 2009), *Shrek* I e II (2001, 2004), *Monsters INC.* (2001), *El viaje de Chihiro* (2001), *Spider-Man* I, II e III (2002, 2004, 2007), *La era de hielo* I, II, III (2002, 2006, 2009), *Buscando a Nemo* (2003), *Los increíbles* (2004), *Madagascar* (2005), *La novia cadáver* (2005), *Batman Begins* (2005), *Charlie y la fábrica de chocolate* (2005), *Los Simpson* (2007), *Crepúsculo* (2008), *Iron Man* (2008), *Up* (2009), *Avatar* (2009), a lista é interminável. Já na indústria musical, o novo milênio abriu uma porta aos novos ídolos musicais como as cantoras Avril Lavigne, Taylor Swift, Britney Spears, Hilary Duff ou as bandas como N'Sync, Westlife, Jonas Brothers do âmbito internacional. Da Argentina, nessa década se destacaram os músicos que saíram dos programas de TV de sucesso como ErreWay (2002-2006) saídos da telenovela *Rebelde Way*, *Floricienta* (2004-2004) originada no seriado com o mesmo nome, Teen Angels (2007-2012) banda pop originada no seriado *Casi Angeles*; ao mesmo tempo, a moda de reality shows também chegou a instalar ídolos como a banda feminina Bandana (2001-2004) ou a masculina Mambro (2002-2005) as duas oriundas do concurso televisivo *Popstars*.

Como se toda essa grande massa de imagens e sons presentes na TV, no cinema, no rádio, no teatro e nas revistas não fosse suficiente, a mídia digital e a Internet as reuniam em um só lugar: o computador. Nesse contexto de possibilidades reais e inéditas de acesso à informação, o escopo de símbolos, imagens e experiências reconfigurou os referentes da cultura visual infantil. Essa antes inimaginável fonte de referências culturais foi literalmente acompanhada e absorvida pelas capas de Billiken da época. Em grande medida porque a publicação impressa não teria como concorrer frente às mídias digitais e tudo o que elas ofereciam, então começaria uma forte parceria que continua até hoje.

Para trabalhar esse constante link entre mídias, as capas da época fazem constante referência àquelas produções audiovisuais, focando na imagem publicitária e comercial, ficando longe das representações escolares das décadas anteriores porque o receptor é

outro: é cliente, é usuário, e é principalmente protagonista. Poderia até se dizer que a criança sempre foi protagonista de Billiken, mas a estratégia muda: a criança já não se reconhece na imagem da criança senão na imagem dos seus produtos audiovisuais favoritos, dos referentes da cultura visual que consome a cada dia. Exemplo disso é a capa do N° 4206 do ano 2000 (Figura 5) que apresenta em primeiro plano o desenho animado japonês Digimon que estava começando a ser difundido neste ano no país e no fundo do quadro uma representação infantil que faz alusão ao leitor. Do mesmo modo, na capa do número N° 4488 do ano 2004 (Figura 5) faz também referência a um produto audiovisual, mas neste caso nacional aludindo ao lançamento do filme *Erreway, 4 caminos* (2004), protagonizado pela banda musical *Erreway*, que foram protagonistas do seriado infantil-adolescente *Rebelde Way*. Esses exemplos mostram a conjunção das mídias na revista, o rol de link entre os diferentes artefatos culturais destinados ao público infantil, característica que daria identidade à revista até hoje.



Figura 5. Na sequência: a capa da revista Billiken N° 4206, cartaz do desenho animado *Digimon*, capa do N° 4488 e captura de tela da apresentação do seriado *Rebelde Way* (2002).

A integração das mídias passa a ser o foco fundamental da revista na década, colocando referentes culturais (Figura 6) geralmente internacionais, no imaginário infantil. Prova disso pode se observar nas capas N° 4407 e N° 4441 do ano 2005 e N° 4500 do ano 2007, onde os protagonistas são as cantoras Hilary Duff (americana) e Avril Lavigne (canadense) assim como o ator inglês Daniel Radcliffe do filme *Harry Potter*. Como podemos perceber ao longo deste tema e em comparação com o a década anterior, a revista Billiken apresentou uma grande mudança, no que refere ao conteúdo evidenciado nas capas e os referentes utilizados para chegar ao seu público alvo. As novas possibilidades tecnológicas que o computador e os novos sistemas de impressão trouxeram ao campo visual permitiram a utilização de diferentes recursos gráficos como ilustrações, fotografias, e ambos misturados em colagens. O predomínio da fotografia coloca ênfase na nova imagem do público vinculada à publicidade e aos novos produtos audiovisuais.



Figura 6: Na sequência, as capas da revista Billiken Nº 4407, 4441 e 4500, todas com referência aos produtos audiovisuais para crianças-adolescentes de origem internacional.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs um duplo objetivo, o primeiro deles de relacionar conceitos do campo da *cultura*, do *design* e das *ciências sociais* que poderiam auxiliar o estudo da revista infantil como *artefato*. Com base na pesquisa bibliográfica que fundamentou esse estudo inicial, buscou-se entender que cultura e design se encontram nos artefatos, enquanto a primeira se configura no conjunto de símbolos significantes, que fornecem referências para determinados grupos; o segundo, contribui, cria e produz os artefatos e a interação deles com as pessoas. Já no âmbito do campo da cultura, identificamos que a categoria de cultura impressa acolheria a revista infantil como *artefato cultural* que dá conta de um contexto de produção, circulação, consumo e público alvo.

Além disso, por meio da observação das capas, identificar os distintos referentes contidos na revista Billiken nas décadas dos anos de 1970 e 2000. Após o estudo, concluímos que a revista Billiken veicula referentes de uma cultura visual que está em uma constante construção atendendo a dos condicionantes principais: o olhar sobre as crianças-leitoras e o desenvolvimento das mídias destinadas a elas.

Na década dos anos setenta, Billiken apresentou nas suas capas ilustrações coloridas que faziam um link com as imagens que as mídias ofereciam para as crianças mediante a incipiente oferta televisiva, os contos e livros escolares. Ao mesmo tempo esse último contexto, o escolar, se faz presente através da instalação dos símbolos nacionais em voga dado o contexto sócio-político e histórico do país.

Já com a chegada do novo milênio, os referentes da cultura visual em Billiken obedecem a símbolos de diversas naturezas midiáticas – cinema, televisão, internet, música, etc. –, em sua maioria do âmbito internacional, ficando longe da imagem pertencente ao imaginário escolar e patriótico. Nas capas confluem ilustrações e fotografias que atendem ao crescente discurso publicitário instaurado na época.

Embora este seja um estudo preliminar do assunto, pode-se constatar nos referentes criados em diferentes âmbitos como as mídias, a escola ou o mercado, que em todos os casos controlaram a

difusão das imagens, conformaram o conjunto de signos e símbolos da cultura visual infantil de cada época. As imagens nas capas de Billiken ou qualquer outro artefato cultural, além de ter propósitos de diferente natureza educativa, publicitaria ou ideológica, perseguem a finalidade de instruir ao público que as recebe. Por isso, considera-se de vital importância estudar a cultura para ter consciência e refletir sobre os signos que estão sendo utilizados e as referências que se estão usando em cada artefato cultural construído.

A infância e em consequência a construção da cultura visual inerente à mesma, é influenciada por múltiplos fatores: a conjuntura histórica e os seus respectivos câmbios de direção; as crises sociais, econômicas, institucionais e sua repercussão na política; a evolução da ciência e tecnologia e seus desdobramentos em novos produtos; o impactante desenvolvimento das mídias e seu reflexo no consumo; e finalmente, as progressivas mudanças culturais, com forte impacto nas transformações comportamentais da família, da escola e da sociedade.

Finalmente, os artefatos produzidos para as crianças, que conformam a sua cultura visual, constroem socialmente um olhar de e para a infância, sustentado na concepção que se tem dela em cada época e no projeto cultural maior que a envolve.

## Referências Bibliográficas

- ALI, Fatima. **A Arte de Editar Revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009. 400 p.
- BARBOZA, Marianela; SAUCEDO, Gustavo. *Estrategias gráficas empleadas en el diseño de las revistas infantiles argentinas Antejito, Billiken y Genios entre los años 1980-2010*. TCC, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Nacional del Litoral: 2013.
- CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify, 2011. 262 p
- CARDOSO, Rafael. **História do design gráfico e sua origem**. SENAC, Educ. a Distância: 2007.
- CARDOSO, R. & ALLIS, T. Projeto de pesquisa **PROCAD Memória Gráfica Brasileira**: Estudos comparativos de manifestações gráficas nas cidades do Recife, Rio de Janeiro e São Paulo, 2007.
- CARLI, Sandra. *La cuestión de la infancia*: Entre la escuela, la calle y el shopping. Buenos Aires: Paídos, 2009. 329 p.
- FALLABELLA, Mariel. El cuerpo de la(s) lectura(s). Imágenes del niño lector en la revista Billiken 1976-1983. *Revista Question*, Vol. 1. Num. 29. Buenos Aires: 2009.
- GOCIOI, Judith. El largo camino de Billiken. Revista El Monitor de la Educación. *Revista del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación*, Vol. 10. Buenos Aires 2006/2007.
- GOMES DE CARVALHO. Prólogo. In: ONO, Maristela Mitsuko. *Design e Cultura*: sintonia essencial. Curitiba: Edição da Autora. 2006. 132p.



GUITELMAN, Paula. *La infancia en dictadura*: Modernidad y conservadurismo en el mundo Billiken. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2006. 125 p.

HERNANDEZ, Fernando. ¿De qué hablamos cuando hablamos de cultura visual? *Revista Educação & Realidade*, vol. 30, núm. 2, julio-diciembre. Porto Alegre: 2005.

MORDUCHOWICZ, Roxana. *Los medios para chicos*: una historia centenaria. Buenos Aires: Estrada, 2010. 176p.

SANTAELLA, Lucia. *Culturas e artes do pós-humano*: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Saulus, 2010. 357 p.

SAUCEDO, Gustavo. Miradas de la infancia: el caso de la revista Billiken (1980-2010) in *III Congreso Internacional Arte, Ilustración y Cultura Visual en Educación Infantil y Primaria*: Tecnologías de la imagen, espacios de experiencia educativa y acontecimientos visuales. Montevideo: 2014. 232 p.