



míDiA
eCOti
DiAño

Revista Mídia e Cotidiano

ISSN: 2178-602X

Universidade Federal Fluminense

Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Revista Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 14, n. 1, jan-abr. 2020.

Expediente

Equipe Editorial

EDITORAS

- Andrea MEDRADO, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Denise TAVARES, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Isabella REGA, Bournemouth University, Reino Unido

EDITORAS DA SEÇÃO TEMÁTICA

- Renata TOMAZ, Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Lídia MARÔPO, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

EDITOR ASSISTENTE

- Davi REBOUÇAS – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil

REVISORES

- Diego de Souza COTTA – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil
- Pedro Henrique Conceição dos SANTOS – Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil

CAPA

- Denise TAVARES, Universidade Federal Fluminense - UFF, Brasil

(com projeto gráfico de Vitor Silva CHAGAS e fotografia de Renata REZENDE - Universidade Federal Fluminense – UFF, Brasil)

Conselho Científico

- Aimée Vega-Montiel, Universidad Nacional Autónoma de México - UNAM, México
- Ana Carolina Rocha Pessôa Temer, Universidade Federal de Goiás - UFGO, Brasil
- Carlos Alberto Zanotti, Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC-Campinas, Brasil
- Christina Ferraz Musse, Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF, Brasil
- Cristiane Freitas Gutfreind, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil
- Clementina Galera Casquet, Universidad de Extremadura, Espanha
- Dênis de Moraes, Universidade Federal Fluminense - UFF, Brasil
- Denise da Costa Oliveira Siqueira, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
- Edson Dalmonete, Universidade Federal da Bahia - UFBA, Brasil

- Francisco Karam, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil
- Gabriela Borges Martins Caravela, Universidade Federal de Juiz de Fora, Brasil
- Gabriel Kaplún, Universidad de la República Uruguay, Uruguai
- Helena Sousa, Universidade do Minho, Portugal
- Joseph Straubhaar, University of Texas at Austin, Estados Unidos da América do Norte
- Katia Lerner, Fundação Oswaldo Cruz, Brasil
- Liriam Sponholz, Department of Media and Communication, Alemanha
- Lucília de S. Romão, Universidade de São Paulo - USP, Brasil
- Luis Albornoz, Universidad Carlos III de Madrid, Espanha
- Marcius Freire, Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP, Brasil
- Marcos Palácio, Universidade da Beira Interior - UBI, Portugal
- Maria Aparecida Baccega, Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM, Brasil
- Marta Martín Llaguno, Universidad de Alicante - UA, Espanha
- Massimo Canevacci, Università degli Studi di Roma La Sapienza, Itália
- Mauricio Ribeiro da Silva, Universidade Paulista - UNIP/SP, Brasil
- Muniz Sodré, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil
- Nelson Zagalo, Universidade de Aveiro, Portugal
- Nilda A. Jacks, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS, Brasil
- Nísia Martins do Rosário, Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRS, Brasil
- Raquel Paiva, Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Brasil
- Salvatore Scifo, Bournemouth University, Reino Unido
- Sandra Fisher, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba
- Tanja Dreher, University of New South Wales, Sydney, Austrália

Data da Publicação: 19 de fevereiro de 2020

www.ppgmidiaecotidiano.uff.br
revistappgmceditores@vm.uff.br
revistamidiacotidianouff@gmail.com

Sumário

EDITORIAL – Mídia e infância: perspectivas comunicacionais para a vida cotidiana das crianças - <i>Renata Tomaz e Lídia Marôpo</i>	1
“Apenas uma garota”: Greta Thunberg e os enquadramentos da raiva - <i>Henrique Mazetti e João Freire Filho</i>	7
Criança cidadã?: os manuais de redação e as orientações sobre infância e adolescência - <i>Thaís Furtado e Juliana Doretto</i>	32
Uso compartilhado do celular por crianças e familiares: implicações para privacidade <i>on-line</i> e mediação parental - <i>Thinayna Máximo e Inês Sampaio</i>	55
Infância capitalizada nos processos comunicacionais em rede: estudo exploratório sobre o consumo midiático de crianças entre 10 e 12 anos - <i>Renata Othon e Maria das Graças Coelho</i>	74
<i>Youtubers</i> mirins e os vídeos <i>unboxing</i> : uma reflexão sobre a criança conectada nas tramas da publicidade contemporânea - <i>Marcelo Andrade e Gisela Castro</i>	96
Definição pela exclusão: apontamentos iniciais sobre os limites conceituais dos programas infantis - <i>Ariane Holzbach e Wagner Dornelles</i>	117
Leslie e Ofelia, meninas que ousam sair do quarto: espaço, feminilidade e corpo em <i>Ponte para Terabítia</i> e <i>O labirinto do fauno</i> - <i>Karina Gomes Barbosa</i>	133
Eu cresci assim: representações de gênero e empoderamento feminino nas telenovelas <i>Gabriela e Tieta</i> - <i>Valtyennyha Campos Pires e Robéria Nádia Araújo Nascimento</i> ..	157
Os memes como retórica depreciativa nas relações entre Barra do Garças (MT) e Aragarças (GO) - <i>Bruna Alves da Silva, Eliézer Cardoso de Oliveira e Maria de Fátima Oliveira</i>	179
As rádios universitárias como espaços de fortalecimento de uma política pública em radiodifusão - <i>Paulo Fernando de Carvalho Lopes e Roberto de Araújo Souza</i>	204
O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação? - <i>Bianca Barros da Costa, Daiane de Jesus Viegas, Thamyris Almeida Moreira e Paula Alvarez Abreu</i>	220

Mídia e infância: perspectivas comunicacionais para a vida cotidiana das crianças

Media and childhood: communication perspectives for children's daily lives

Renata TOMAZ¹ e Lídia MARÔPO²

A ideia de fazer o dossiê *Mídia e infância: perspectivas comunicacionais para a vida cotidiana das crianças* foi impulsionada pelo aniversário do Estatuto da Criança e do Adolescente que, no dia 13 de julho de 2020, completa 30 anos. O documento oferece garantias que passam necessariamente pelos processos comunicacionais, na medida em que estabelece direitos como o de se expressar e de buscar orientação, além de se divertir e de atuar politicamente. Os 30 artigos submetidos ao dossiê por pesquisadores e pesquisadoras de diferentes partes do país indicaram, entretanto, mais do que motivos legítimos para celebrar. Eles revelaram a inserção de pesquisas produzidas no Brasil em uma área de estudos que está se consolidando no cenário internacional.

Duas das mais importantes instituições de pesquisa em comunicação no mundo confirmaram, na última década, a necessidade de seções específicas voltadas para a relação da mídia com a infância. A divisão temática Children, Adolescents and Media (CAM) foi oficializada pela International Communication Association (ICA), em 2011, e é composta por mais de 200 pesquisadores e pesquisadoras do mundo inteiro. Em 2019, a seção Children, Youth and Media (CYM), fundada pela professora Sonia Livingstone há 3 anos, passou de temporária a permanente na European Communication Research and Education Association (Ecrea). Entre as publicações de maior impacto, voltadas para a

¹ Bolsista PNP/CAPES do Programa de Pós-Graduação Mídia e Cotidiano/UFF. Realizou mestrado e doutorado em Comunicação e Cultura pela ECO/UFRJ. Autora do livro *O que você vai ser antes de crescer? Youtubers, infância e celebridade* (2019). E-mail: renatactomaz@gmail.com. ORCID: 0000-0003-1054-7934.

² Professora adjunta no Instituto Politécnico de Setúbal e investigadora integrada no Centro Interdisciplinar de Ciências Sociais – Universidade Nova de Lisboa (CICS.NOVA). É doutora em Ciências da Comunicação pela UNL e autora de mais de três dezenas de artigos sobre diversos aspectos da relação entre infância e mídia. E-mail: lidia.maropo@ese.ips.pt. ORCID: 0000-0003-4687-7628.

área, está o *Journal of Children and Media*, da Taylor & Francis, que publica anualmente quatro edições.

No Brasil, o GT Comunicação, Consumo e Infância encerrou suas atividades em 2014, depois de ficar ativo por quatro anos no Comunicon (ESPM). Apesar disso, é cada vez mais comum a presença de trabalhos sobre mídia e infância em variados GTs de instituições nacionais, como a Intercom e a Compós. Um breve levantamento no Catálogo de Teses e Dissertações da Capes revela um aumento paulatino de trabalhos em torno da temática. Há, nesse sentido, uma demanda por fóruns especializados na comunicação – sejam eles em eventos acadêmicos ou em periódicos científicos –, onde a produção desse conhecimento possa avançar para sua institucionalização. A publicação deste dossiê, portanto, tem o mérito de oferecer aos pesquisadores e pesquisadoras do Brasil um espaço que reconhece a interlocução profícua que existe entre a teoria da comunicação e os estudos de infância.

Os textos submetidos tocaram em diversos temas que mobilizam, em um nível global, investigações sobre mídia e infância: sociabilidades no ambiente digital, subjetividades, culturas infantis, relações de gênero, socialização, participação social, representações das crianças, consumo etc. Ao mesmo tempo, o modo como apresentam tais assuntos demonstra, em certa medida, particularidades de uma área ainda em construção no âmbito nacional. A maioria dos textos enviou amplo espaço para a revisão teórica, indicando a necessidade de estabelecer parâmetros conceituais, em detrimento de uma descrição mais detalhada de procedimentos metodológicos e de um maior aprofundamento das análises empíricas que caracterizam a produção científica internacional sobre a temática. Além disso, percebe-se que as referências bibliográficas se restringem, na quase totalidade, a trabalhos publicados no contexto brasileiro, o que sinaliza a ausência de uma maior interseção com estudos realizados em outros países.

Os artigos aqui reunidos representam uma generosa contribuição científica para o campo da comunicação no Brasil e realizam um rico diálogo com as sociedades contemporâneas, ao trazerem discussões que problematizam a presença de meninos e meninas nos espaços midiáticos. A emergência das crianças como figuras produtoras e produtos de práticas sociodiscursivas, na esfera dos processos comunicacionais, afeta as concepções circulantes de infância, forjando novas possibilidades de elas desempenharem

seu papel social ou produzindo-lhes constrangimentos de toda ordem. Comumente afastadas dos tradicionais espaços de poder, as crianças não realizam tal ocupação gratuitamente. Em alguns casos, custa-lhes alto preço, como se vê nos discursos em torno de Greta Thunberg, chamada de “pirralha” pelo presidente Jair Bolsonaro, na véspera de ser eleita, pela revista *Time*, personalidade do ano de 2019. É sobre ela, a propósito, que versa o primeiro artigo do dossiê.

Em “‘Apenas uma garota’”: Greta Thunberg e os enquadramentos da raiva”, Henrique Mazetti e João Freire Filho analisam textos informativos e opinativos veiculados na imprensa brasileira sobre a jovem ambientalista. Os discursos de adversários em torno de sua ação política frequentemente evocam a infância como um lugar de incompletude e insinuações implícitas e explícitas sobre gênero e sobre o seu distúrbio de desenvolvimento (Síndrome de Asperger) para desqualificar a atuação da ativista sueca. Por outro lado, perspectivas menos frequentes defendem uma relativa autonomia infantil ou consideram o protagonismo de Thunberg como fruto de uma cultura em que a agência infantil é estimulada. Esses embates discursivos revelam os impeditivos que se impõem para o reconhecimento da participação política dos mais jovens. O modo como a imprensa atua na percepção das crianças como atores sociais é a temática do artigo “‘Criança Cidadã?’: os manuais de redação e as orientações sobre infância e adolescência”, de Thaís Furtado e Juliana Doretto. Ao investigarem os manuais de redação dos jornais de maior tiragem do país, as pesquisadoras buscam entender se as orientações para a cobertura noticiosa, feita por esses veículos, reconhecem as crianças como cidadãs ou se limitam a abordá-las como objeto de cuidados.

Em outros dois artigos, as vozes das crianças são endereçadas para a produção de conhecimento, no ambiente digital. Thinayna Máximo e Inês Sampaio apresentam estudo etnográfico em que investigam o “Uso compartilhado do celular por crianças e familiares: implicações para privacidade *on-line* e mediação parental”, no contexto de um bairro da periferia de Fortaleza (CE). A investigação mostrou que, apesar da partilha dos *smartphones* com mães e irmãos mais velhos, as crianças encontraram inúmeras estratégias para burlar a vigilância e defender a sua privacidade. Já o artigo “Infância capitalizada nos processos comunicacionais em rede: estudo exploratório sobre o consumo midiático de crianças entre 10 e 12 anos”, de Renata Othon e Maria das Graças

Coelho, apresenta diferentes categorias analíticas para investigar o consumo de *sites* de redes sociais pelos mais novos. As conclusões indicam que as crianças almejam converter o capital social adquirido por meio da sua participação *on-line* em capital econômico. Demonstram também que os processos de socialização infantil estão profundamente marcados pela perspectiva do consumo e que as crianças definem os meios de comunicação por uma óptica interativa e participativa.

Os três últimos artigos partem de produtos audiovisuais distintos para pensar como suas linguagens atuam na concepção das infâncias e dos modos de ser criança. Em “*Youtubers mirins e os vídeos unboxing: uma reflexão sobre a criança conectada nas tramas da publicidade contemporânea*”, Marcelo Andrade e Gisela Castro problematizam os vídeos *unboxing* em sua dupla natureza, lúdica e mercadológica. A análise elucidou como a oferta desse conteúdo, por crianças, ao mesmo tempo em que indica produção de subjetividade, permite o estabelecimento da publicidade infantil, a despeito dos mecanismos legais que a cerceiam. Os autores concluem que a junção do entretenimento à publicidade, frequentemente endossada por celebridades mirins do universo *on-line*, transforma a mensagem comercial em algo relevante, descontraído e capaz de propagar estilos de vida, modos de brincar e ser criança.

O artigo “Definição pela exclusão: apontamentos iniciais sobre os limites conceituais dos programas infantis” toma o conceito de programas infantis como uma categoria de análise para pensar a formação das infâncias contemporâneas, no contexto brasileiro. Ao identificar os elementos que constituem os programas infantis – formatos, linguagem, narrativas, horário de exibição, tipos de protagonistas etc. –, Ariane Holzbach e Wagner Dornelles identificam quais crianças são reconhecidas e quais são excluídas da representação e das audiências destes produtos audiovisuais. Os autores concluem que há uma hegemonia da representação das crianças num padrão europeu moderno e identificam uma relação simbiótica entre os programas infantis e a mercantilização de bens de consumo. Encerrando o dossiê, “Leslie e Ofelia, meninas que ousam sair do quarto: espaço, feminilidade e corpo em *Ponte para Terabítia* e *O labirinto do fauno*”, Karina Gomes Barbosa se vale da interseção entre estudos da infância e estudos feministas, promovida pelos *girlhood studies*, para investigar as representações de meninas nos filmes *Ponte para Terabítia* e *O labirinto do fauno*. A análise revela o

cinema como um dispositivo pedagógico que prescreve modos de ser (ou não) menina, formulando lições para Leslie e Ofelia por ousarem subverter a contenção patriarcal e a feminilidade hegemônica.

Já a Seção Livre desta edição da Revista Mídia e Cotidiano, a primeira de 2020, inicia com o texto “Eu cresci assim: representações de gênero e empoderamento feminino nas telenovelas *Gabriela e Tieta*”, ambas baseadas nas obras homônimas do escritor baiano Jorge Amado e que tiveram um amplo público e até uma segunda versão recentemente, no caso de “Gabriela”. Ao focar estas adaptações televisivas, as autoras Valtynnya Campos Pires e Robéria Nádia Araújo Nascimento têm como objetivo discutir as representações de gênero em abordagem que foca não só as protagonistas, mas também as personagens periféricas. Trata-se de uma temática que se coloca hoje como urgente e, também, digamos, incandescente, nas mais variadas possibilidades de interpretação do termo: seja este pensado como iluminador, seja compreendido como capaz de provocar as justas e necessárias discussões sobre as violências e estigmas que embalam as representações femininas na dramaturgia da TV, seja, no mais simples efeito, capaz de tratar de uma temática que vem para romper o largo, escuro e sombrio tratamento naturalizado com que se enquadravam estas representações. Em resumo, mais um texto que se agrega a outros da nossa área que tanto têm procurado romper com os silêncios e apagamentos que se constituíram em torno do feminino, particularmente o feminino negro, ao longo desta nossa complexa formação social.

Na sequência e nos mantendo, de certo modo, no território do desvelamento, a Mídia e Cotidiano traz o texto “Os memes como retórica depreciativa nas relações entre Barra das Garças (MT) e Aragarças (GO)”, de autoria de Maria de Fátima Oliveira, Bruna Alves da Silva e Eliezer Cardoso de Oliveira. Falamos em desvelamento porque o artigo, recortando um dos mais férteis campos simbólicos do processo de comunicação atual – os memes – traz à tona um caso de relação depreciativa e de ressentimento, que também se vale da lógica do chiste para expressar visões estereotipadas sobre o “outro”. A contribuição é particularmente relevante porque assume observar e discutir uma cultura oriunda de pequenas cidades, locais que muitos brasileiros pensam, idealmente, como espaços de cordialidade e de laços comunitários fraternos. Diagnósticos que, pelo exposto no artigo, merecem ser revisados, de modo que tenhamos, quem sabe, uma visão mais

nítida, real e sem ilusões sobre quem somos e como agimos, enquanto brasileiros submetidos e parceiros de uma sociedade construída sob cotidianos hostis e, até mesmo cruéis, a despeito da profunda necessidade que todos temos, uns dos outros, para sobrevivermos.

Mas, para também lembrarmos que nem só de críticas e percepções das nossas dificuldades vivem as pessoas e mídias deste país, o próximo texto, de Paulo Fernando de Carvalho Lopes e Roberto de Araújo Souza traz, provavelmente, uma inversão do nosso olhar, na medida que tem como proposta compartilhar os desafios que envolvem as rádios universitárias. Tais desafios se adensam na medida em que vivenciamos hoje alguns duros reveses em termos de democratização da informação. Isto é, talvez nada seja mais urgente do que essa “reapropriação” dos espaços duramente construídos nestes últimos anos, estabelecendo-se um processo que envolve reflexão, discussão e novas abordagens e soluções: pelo menos é o que parece ser a aposta dos autores. E, finalmente, fechando esta edição o artigo “O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação?”, desenvolvido por Bianca Barros da Costa, Daiane de Jesus Viegas, Thamyris Almeida Moreira e Paula Alvarez Abreu, convoca toda a sociedade a não ignorar mais o que está ocorrendo nas mídias sociais em termos de saúde pública, no caso, as campanhas antivacina. Valendo-se de dois levantamentos as autoras mostram com dados objetivos que o ativismo contra vacinação, pelos mais diversos motivos, tem colaborado – muito – para a volta de doenças já erradicadas. Em tempos de assustadores “coronavírus” não é preciso nos estendermos aqui para se compreender a importância desta discussão...

Uma boa leitura a todos!

Renata Tomaz e Lidia Marôpo (Editoras da Seção Temática)
Andrea Medrado, Denise Tavares e Isabella Rega (Editoras-chefes)

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 16/11/2019
Aprovado em: 01/02/2020

“Apenas uma garota”: Greta Thunberg e os enquadramentos da raiva

“Just a Girl”: Greta Thunberg and framings of rage

Henrique MAZETTI¹
João FREIRE FILHO²

Resumo

Neste artigo, examinamos como distintas noções de infância são usadas para invalidar ou enaltecer a liderança política de Greta Thunberg, de 16 anos, que se notabilizou pelo seu ativismo ambiental. O *corpus* da investigação é composto por artigos de opinião e reportagens publicadas na mídia brasileira, em 2019. Na análise, ressaltamos três eixos do debate sobre a legitimidade da atuação pública da estudante: 1) a relevância do discurso infantil; 2) idealizações da infância feminina como naturalmente esperançosa e afável; 3) a medicalização da revolta, a partir do estabelecimento de umnexo entre o transtorno de Greta Thunberg, diagnosticada com síndrome de Asperger, e a veemência de suas críticas. Argumentamos que os embates discursivos sobre a ativista revelam a fragilidade da concepção da criança como sujeito e a inserção restritiva da criança no regime de regulação das emoções atual.

Palavras-chave: Mídia. Infância. Raiva. Medicalização. Gênero.

Abstract

In this article, we examine how different notions of childhood are used to invalidate or extol Greta Thunberg's political leadership. The 16-year old teenager became famous for her environmental activism. For this investigation, we selected opinion articles and reports, published in the Brazilian media in 2019. In the analysis, we identified three strands of debate that revolve around the legitimacy of the student's public performance: 1) the relevance of children's speeches; 2) idealizations of childhood as naturally hopeful and affable; 3) the medicalization of outrage, based on the establishment of a link between Greta Thunberg's disability, as she has been diagnosed with Asperger's syndrome, and the vehement nature of her criticism. We argue that the discursive clashes about the

¹ Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, onde também realizou pós-doutorado júnior, com bolsa do CNPq. Integrante do Núcleo de Estudos de Mídia, Emoções e Sociabilidade (Nemes). E-mail: mazetti@gmail.com. ORCID: 0000-0001-5498-8294.

² Professor associado da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutor em Literatura Brasileira pela PUC-Rio, com pós-doutorado sênior, realizado no PPGCOM da Universidade Federal de Minas Gerais, com bolsa do CNPq. Coordenador do Núcleo de Estudos de Mídia, Emoções e Sociabilidade (Nemes). E-mail: joaofreirefilho@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4907-3297.

activist reveal the fragility of the conception of the child as a subject as well as the restrictive character entailed in immersing children in current regimes of emotion regulation.

Keywords: Media. Childhood. Rage. Medicalization. Gender.

Introdução

A cobertura midiática da atuação política da ativista ambiental Greta Thunberg, de 16 anos, constitui um caso exemplar dos conflitos entre distintas idealizações da infância. De acordo com a classificação etária do Estatuto da Criança e do Adolescente, do Brasil, Greta Thunberg já teria entrado na adolescência³. Contudo, uma das estratégias mais recorrentes para deslegitimar sua atuação pública é apresentá-la como “apenas uma criança”. Um dos argumentos centrais das críticas à ativista pode ser resumido na frase do jornalista Rich Lowry⁴: “Com raras exceções — pense, digamos, no filósofo John Stuart Mill, que era um prodígio infantil — as crianças não têm nada de interessante para nos dizer”. As manifestações da estudante sueca não deveriam ser levadas em consideração, já que seriam fruto de imaturidade ou manipulação. Ao retratá-la como uma criança, seus opositores fazem referência a uma infância desprovida da capacidade de agir ou poder de decisão. Passivas e sugestionáveis, as crianças mereceriam atenção apenas na forma de cuidado, mas não como efetivos atores sociais.

Há quem defenda, contudo, que a preocupação – zelosa ou indignada – com a vulnerabilidade infantil de Greta Thunberg é, na verdade, uma estratégia para silenciar a ativista. Referências depreciativas à conduta da estudante sueca baseadas em normas sociais que estipulam como crianças e jovens mulheres devem portar-se em público serviriam para desmerecer a mensagem da ativista de que os interesses mercantis precisam ceder prioridade às questões climáticas e ambientais. Greta Thunberg, por sua vez, se apropria da condição infantil, em alguns momentos, como um recurso discursivo

³ Outros documentos oficiais que norteiam políticas públicas adotam definições mais expandidas da infância. A Convenção Sobre os Direitos da Criança, tratado internacional promovido pela Organização das Nações Unidas e ratificado pelo Congresso Nacional brasileiro, define todo ser humano com menos de 18 anos como criança. Agradecemos às editoras do dossiê pela observação.

⁴ Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/nao-de-ouvidos-a-greta-thunberg/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

para demarcar sua oposição aos responsáveis pelas tomadas de decisão sobre as questões ambientais – ou seja, os adultos. Assim, a ativista confere poder de ação às crianças, frente à passividade política dos líderes mundiais.

Neste artigo, examinamos como a polêmica em torno da figura pública de Greta Thunberg reverbera e desafia concepções estabelecidas sobre a infância. Mais especificamente, avaliamos como certas noções e pressupostos sobre infância são utilizados para desqualificar ou fortalecer a participação política da ativista ambiental. O *corpus* da pesquisa é composto por artigos de opinião e reportagens veiculadas na mídia digital brasileira em 2019. Foram coletadas 64 matérias, obtidas a partir do acompanhamento de alguns dos principais veículos *on-line* do país⁵ e por meio de consultas aos sistemas de busca virtuais *Google* e *Google News*. Inicialmente, a escolha das matérias se orientou pelo recorte temporal de 20 de setembro a 10 de outubro de 2019, período em que Greta Thunberg recebeu grande atenção da imprensa, devido à sua participação na Cúpula do Clima, realizada pela Organização das Nações Unidas, entre 21 e 23 de setembro de 2019. Posteriormente, a partir do mesmo método de busca, foram incluídas no *corpus* matérias mais antigas, também de 2019, na intenção de identificar rupturas e continuidades no modo como a mídia *on-line* nacional apresentou a estudante ao público. De natureza exploratória, o exame das matérias selecionadas orientou-se pela identificação de padrões discursivos utilizados para qualificar, positiva ou negativamente, a atuação política da ativista ambiental. Assim, identificamos três eixos do debate sobre a legitimidade da atuação pública de Greta Thunberg: 1) a autonomia e a relevância do discurso infantil; 2) idealizações da infância e da juventude feminina como naturalmente esperançosas e afáveis; 3) a medicalização da revolta, a partir do estabelecimento de um nexos causal entre o transtorno de Greta Thunberg, diagnosticada com Síndrome de Asperger, e a veemência de suas críticas.

Após recapitular a rápida ascensão pública de Greta Thunberg, exploramos cada um dos eixos identificados na análise. O estudo de caso demonstra como a condição de

⁵ *Folha de S.Paulo, O Globo e G1, Estadão, Nexo, Veja, El País, Huffington Post Brasil e Gazeta do Povo.* A escolha dos veículos foi orientada pela identificação inicial da existência de matérias sobre o tema em cada um deles.

sujeito das crianças é um contínuo alvo de escrutínio, em meio a tentativas de retirar deste segmento social a possibilidade de indignação social e de atuação política.

O “Efeito Greta”

Greta Thunberg ganhou notoriedade a partir de agosto de 2018: aos 15 anos de idade, iniciou as greves escolares, às sextas-feiras, em um protesto contra o fato de os governantes suecos não terem cumprido as metas do Acordo de Paris sobre a diminuição das emissões de carbono. A “greve escolar pelo clima” chamou a atenção da imprensa mundial, dando início ao movimento *Fridays for Future*, em que estudantes do mundo inteiro faltam às aulas na sexta-feira para reivindicar mudanças nas políticas climáticas globais. O protesto ocorrido em 20 de setembro de 2019, por exemplo, reuniu cerca de 4 milhões de pessoas em manifestações realizadas em 170 países⁶.

A atuação de Greta Thunberg no movimento *Fridays for Future* a transformou em uma das mais proeminentes porta-vozes do ambientalismo global. Ainda em 2018, ela discursou na 24ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (COP24), na Polônia. Em janeiro de 2019, participou do Fórum Econômico Mundial, em Davos e, ao longo do ano, fez discursos nos parlamentos da União Europeia, do Reino Unido e da França, além de receber o prêmio *Embaixador da Consciência*, da Anistia Internacional, em Washington (EUA). Cada aparição de Greta Thunberg foi acompanhada de ampla cobertura midiática e inúmeras polêmicas.

Sua notoriedade se expandiu em 21 de setembro de 2019, quando a jovem sueca fez um dos discursos de abertura da Cúpula do Clima, na sede das Nações Unidas, evento que reuniu os principais chefes de estado do mundo. Em sua exposição, semelhante aos discursos anteriores, Greta Thunberg acusou os líderes políticos de não fazerem o bastante para garantir a preservação do meio ambiente para as gerações futuras. Seu discurso foi curto. Não bastaram, contudo, mais do que 5 minutos para provocar um intenso debate internacional, que se distanciou, com crescente frequência, das questões ambientais para concentrar-se na legitimidade da atuação política de Greta Thunberg.

⁶ Disponível em: <<https://fridaysforfuturebrasil.org/blog/maior-mobilizacao-da-historia-foi-em-prol-do-meio-ambiente>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

A imprensa segue, com afinco, a trajetória da estudante sueca. A vida pessoal da ativista ganhou constante destaque na cobertura jornalística. Referências à sua origem privilegiada são recorrentes, principalmente após seus vínculos familiares se tornarem alvo de especulação⁷. Sua mãe é cantora de ópera, com longa carreira musical; seu pai e seu avô, atores; a irmã mais nova, aspirante à cantora. A família assina em conjunto o livro *Nossa casa está em chamas – ninguém é pequeno demais para fazer a diferença*, que reúne memórias familiares e discursos de Greta Thunberg⁸.

A saúde mental de Greta Thunberg é o aspecto abordado de forma mais frequente pela imprensa, de acordo com as matérias que compõem o *corpus* de análise deste trabalho. Numa palestra para a versão sueca do TEDx, a estudante revelou que, aos 11 anos, entrou em profunda depressão, parou de falar e comer, sendo diagnosticada com Síndrome de Asperger⁹ (um transtorno do espectro autista) e mutismo seletivo. A partir de então, o transtorno se transformou na característica pessoal mais citada para descrever a ativista sueca. Greta Thunberg não evita sua identificação com o diagnóstico médico: em sua conta no Twitter, apresenta-se como “Uma ativista ambiental e climática de 16 anos com Asperger” e já declarou, em diferentes momentos, que considera a síndrome um “superpoder”¹⁰.

Greta Thunberg é retratada pela mídia como uma estrela, uma *popstar*, mas também como uma “tempestade”. A mídia não só confere à jovem sueca um protagonismo ímpar no ativismo ambiental hodierno, como atribui à estudante um papel mobilizador, capaz de motivar outros jovens a engajarem-se na luta contra as mudanças climáticas. O chamado “Efeito Greta”¹¹ tem sido usado para descrever o surgimento de jovens lideranças políticas, inspiradas pelo ativismo da estudante, que começam a

⁷Disponível em: <<https://glo.bo/329h640>>; <<http://bit.ly/2ugiN3q>>; <<http://bit.ly/2VacsBk>>; <<http://bit.ly/2HyFeDS>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

⁸ O livro foi lançado no Brasil, em 2019, pela editora Best Seller.

⁹ Ainda que o discurso midiático apresente a Síndrome de Asperger como uma doença mental, a literatura médica a descreve como um transtorno de desenvolvimento.

¹⁰Disponível em: <<https://glo.bo/2uZtAz7>>; <<http://bit.ly/39K60VW>>; <<https://glo.bo/32bCINw>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

¹¹Disponível em: <<http://bit.ly/2STQi3G>>; <<https://glo.bo/2V4W1X2>>; <<http://bit.ly/38Hwd7n>>; <<http://bit.ly/325paTq>>; <<http://bit.ly/38GpACo>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

influenciar a política tradicional e impulsionaram candidatos de agenda ambientalista nas recentes eleições para o parlamento alemão e francês.

A inegável força política angariada pela jovem sueca deu margem a muita controvérsia. Os detratores costumam ressaltar a pouca idade, a veemência exagerada dos discursos e o transtorno de Greta Thunberg, com o intuito de deslegitimar o seu ativismo. Todavia, os ataques à ambientalista também suscitam discursos midiáticos em sua defesa. Nas polêmicas em torno da estudante, ocorrem disputas sobre os ideais de infância, as relações de gênero e as formas consideradas apropriadas ou patológicas de expressão da raiva.

“Quem fez isso com Greta?”

Um dos tópicos centrais de discussão dos estudos sobre a infância é a capacidade de as crianças agirem e expressarem-se por conta própria (JAMES, 2009; QVORTRUP, 2005; OSWELL, 2013). É conhecida a etimologia de *infância*, que remetia, originalmente, àqueles que não podiam falar (ARIÈS, 1981). Diversas iniciativas de natureza jurídica e acadêmica sinalizam, atualmente, uma progressiva preocupação em garantir que a criança tenha o direito de ser ouvida e de autorrepresentar-se (TOMAZ, 2019). Contudo, as formas de compreensão da infância disponíveis na contemporaneidade ainda carregam uma forte herança dos modos como a criança foi vista durante a modernidade. Não se abandonou, por completo, a crença de que o período infantil é um momento formativo particularmente vulnerável, em que a criança, pensada como uma espécie de página em branco, pode ser moldada de acordo com o interesse e os desejos dos adultos responsáveis pela sua criação.

Quando os críticos de Greta Thunberg evocam a infância para qualificar o seu ativismo, o ideal de criança passiva, inocente e facilmente sugestionável emerge em grande parte desses discursos. Fundamentadas na visão que retira da criança qualquer possibilidade de autonomia ou de atuação política, as críticas não se dirigem especificamente à ativista sueca; são endereçadas a quem estaria usando a ambientalista como “peão”, “ventríloquo”, “fantoche”, “marionete”, “escudo” ou “linha de frente do campo de batalha”. Alguns dos comentários chegam a compadecer-se de Greta Thunberg, como se suas aparições públicas revelassem uma infância corrompida por influências

políticas perniciosas. Outra linha de argumentos se sustenta, sem muita compaixão, na direta desqualificação da fala infantil.

Após o discurso de Greta Thunberg na Cúpula do Clima, a imprensa nacional publicou uma série de artigos de opinião, escritos por comentaristas brasileiros e do exterior, que exemplificam as estratégias discursivas empregadas para desabonar o ativismo da jovem sueca. O professor e colunista da *Gazeta do Povo*, Francisco Escorsim, em “Greta e The Boys no mundo da mentira”¹², pondera: “Não sei você, desmodelado leitor, mas se eu transformasse qualquer – eu disse qualquer – adolescente como modelo do que quer que seja, isso nada diria sobre o piá ou a guria, mas o suficiente sobre mim.” O autor alega, então, que alguém da idade de Greta Thunberg não deveria receber a atenção nem o protagonismo político que estava recebendo. E justifica o posicionamento com a sugestão de que a ativista não estava agindo por conta própria, mas era apenas reflexo de modelos ruins: “Nada contra ou a favor da menina Greta Thunberg, mas tudo contra quem a está usando descaradamente, seja para o que for”.

Em textos como esse, estabelece-se uma relação hierárquica rígida entre adultos e crianças. Enquanto as crianças são desprovidas de autonomia e capacidade de avaliação, os adultos são descritos como dotados de plenos poderes para manejar a atenção, os interesses e as ações dos mais jovens. Desse modo, desenvolvem-se posicionamentos críticos que se fundamentam na vitimização infantil para atacar aqueles que se valeriam da suscetibilidade das crianças com o intuito de promover valores considerados suspeitos. Dennis Prager, radialista conservador estadunidense, pretendeu demonstrar que a esquerda se aproveitaria da vulnerabilidade infantil para se promover, a partir de uma discussão sobre a estudante sueca¹³. Segundo o autor: “se você não consegue vender sua histeria para os adultos, tente as crianças. E foi isso o que a esquerda fez. Afinal, ninguém é mais maleável ou facilmente doutrinável do que as crianças”.

Outros atores foram mencionados como responsáveis pela manipulação de Greta Thunberg. Após afirmar que “Não há, decerto, nada mais covarde e inescrupuloso do que

¹²Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/francisco-escorsim/greta-e-the-boys-no-mundo-da-mentira>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

¹³Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/dennis-prager-esquerda-criancas/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

empurrar crianças para a linha de frente do campo de batalha, seja esta física, política, cultural ou religiosa”, o escritor brasileiro Flávio Gordon cita quem seriam as figuras que controlam a estudante sueca. Em sua coluna, “A mão que balança Greta”¹⁴, o autor reúne alguns dados comprovadamente falsos (como a informação de que os pais de Greta Thunberg fariam parte do movimento social Antifa) para apresentar a ativista como uma fachada especialmente conveniente para o ardiloso projeto de poder do globalismo de figuras como George Soros e Al Gore.

Entre os textos que apostam na vitimização de Greta Thunberg, um dos mais contundentes foi o artigo do jornalista inglês Brendan O’Neill, originalmente publicado no *site* britânico *Spiked*¹⁵. De acordo com o jornalista, não é o meio ambiente que precisa ser salvo, mas, sim, Greta Thunberg:

Quem fez isso com Greta? Quem transformou uma estudante brilhante e curiosa de 16 anos em profeta de horror, em uma jovem que admite sentir terror e que acredita que a Terra está pegando fogo? Adultos fizeram. As elites educacionais, políticas e culturais com infusão de verde o fizeram. As pessoas que alimentam as crianças com uma narrativa de eco-medo há anos fazem isso.

Nos comentários que se opõem ao ativismo de Greta Thunberg, uma das reclamações mais comuns é a de que sua atuação política seria especialmente danosa porque, devido à idade da ativista, ela não poderia ser exposta ao contraditório. Tratar a estudante sueca como inimputável, porém, traz pelo menos dois benefícios aos seus opositores. É uma estratégia para desmerecer os posicionamentos políticos de Greta Thunberg – afinal, de acordo com o argumento, ela não tem maturidade para compreender plenamente o que está falando. E é, ainda, um modo de apresentar adversários políticos da ativista como diligentes defensores de uma infância em apuros. Desse modo, alguns comentaristas assumiram um complacente posto de superioridade moral, sendo capazes, até mesmo, de transformar a ativista em alvo de piedade. “Desculpe-me, menininha; ao te ouvir reagi mal, te tratei como um ser adulto e não como vítima de um bando de caras-

¹⁴Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/flavio-gordon/a-mao-que-balanca-greta/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

¹⁵ A coluna foi traduzida e publicada no Brasil em: <<https://petronoticias.com.br/archives/135781>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

de-pau”, declara Roberto Rachewsky, empresário e blogueiro do Instituto Liberal¹⁶. O autor destaca, então, exemplos históricos de maus-tratos à infância antes da modernidade, em que crianças eram usadas para o entretenimento de adultos, na China e na Inglaterra. O que estaria sendo feito com Greta Thunberg não seria muito diferente, afirma o empresário. Por fim, ele aconselha: “Greta, amadureça, torne-se independente, não se preocupe com o mundo, o mundo cuida de si. Importe-se com as atrocidades que estão fazendo contigo”.

Enquanto alguns críticos de Greta Thunberg não atribuíram a ela o seu próprio discurso, outros defendiam explicitamente ignorá-la. Em “Não dê ouvidos à Greta Thunberg”¹⁷, Rich Lowry, editor da revista conservadora norte-americana *National Review*, compara as reivindicações da ativista à birra infantil (“Grande parte da defesa do clima dos jovens se resume à queixa que todos os pais conhecem bem: ‘Eu quero e quero agora’”). O autor sugere ainda que a preocupação dos jovens com o meio ambiente pode adoecê-los. E, ao terminar o texto, apresenta uma definição de quem considera sujeito e quem é objeto na vida política: “Isso é loucura, e são os adultos que são responsáveis em última instância. Quanto às crianças, elas ficarão bem. Um dia, eles crescerão, mesmo em um mundo mais quente”.

Kyle Smith, outro analista conservador da *National Review*, demonstrou incômodo com o discurso da estudante, em um artigo que a comparava a Lisa Simpson, personagem infantil de *Os Simpsons*, conhecida por suas posições políticas progressistas¹⁸:

“Não deixaremos vocês saírem incólumes disso”, declarou Thunberg. “Agora é o momento em que damos um basta”. Se não o quê? Ela vai prender a respiração até ficar azul? Vai se recusar a fazer a lição de casa? Meninas de dezesseis anos não dão ultimatoss. Uma menina que não tem idade nem para alugar um carro não é qualificada para mudar a economia mundial.

¹⁶Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/rodrigo-constantino/uma-carta-de-desculpas-a-greta/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

¹⁷Disponível em:< <https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/nao-de-ouvidos-a-greta-thunberg/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

¹⁸Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/ideias/greta-thunberg-uma-mistura-de-lisa-simpson-e-bane/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

De acordo com James (2009), foi com intuito de desbancar afirmações como essa que, desde os anos 1980, os estudos sobre a infância têm priorizado a questão da agência infantil. Até então, com apoio da psicologia do desenvolvimento e da sociologia funcionalista, as ciências sociais sustentavam, predominantemente, a compreensão da infância como uma espécie de jornada, cujo destino seria a vida adulta. Vistas como receptáculos para os ensinamentos dos mais velhos, as crianças não eram consideradas participantes ativas da sociedade, mas indivíduos em formação, que demandavam apenas cuidado e treinamento da sociedade.

Entender a criança como um agente social, ao contrário, significa assumir que ela, além de ter uma participação ativa na construção da sua própria vida, atua de modo significativo no cotidiano da sua família e da sociedade. Como afirma James, “o agente é alguém que faz algo com outras pessoas e, ao fazê-lo, faz coisas acontecerem, contribuindo assim para processos mais amplos de reprodução social e cultural” (JAMES, 2009, p. 41). A autora salienta ainda que nem todas as crianças possuem as mesmas capacidades de agência e indica a necessidade de reflexão sobre em quais condições particulares as crianças podem ser inibidas ou incentivadas a exercer sua autonomia.

Oswell (2013) argumenta que a crescente preocupação teórica com a agência das crianças nos anos 1980 foi motivada tanto por questões metodológicas quanto políticas. Por um lado, os pesquisadores desejavam desenvolver reflexões sobre a criança que partiam do próprio cotidiano e das experiências infantis, e não dos modos como os adultos as imaginavam. Ao valorizar o que a criança era em si mesma, e não apenas o que ela era pelo olhar adulto ou pelo que ela se tornaria, inúmeras questões puderam ser trabalhadas. Por outro lado, as reflexões sobre a autonomia infantil tinham como propósito, “reequilibrar as desigualdades de poder observadas ou encontrar maneiras de pesquisar as crianças de um modo que não reproduzisse os preconceitos do poder” (OSWELL, 2013, p. 39).

Simpático ao intuito político do movimento teórico, o autor problematiza, no entanto, o conceito de agência, ao defender que as formas de agir e o poder de afetar o mundo das crianças são dispersos e desarticulados. Oswell questiona, dessa forma, o caráter dicotômico das maneiras de se pensar a criança como socialmente passiva ou ativa, dotada ou não de agência, capacidade e poder. A própria constituição da agência

infantil tem caráter histórico, na opinião do autor, e suas condições estão em constante negociação e mudança.

Com argumentos não muito distantes da reflexão acadêmica dos estudos sobre a infância, alguns textos midiáticos também se pautaram pela discussão sobre a autonomia infantil para defender a atuação política de Greta Thunberg. O jornal *Nexo*¹⁹ entrevistou a psicanalista, professora e pesquisadora Maria Homem para contextualizar as ofensas dirigidas à estudante sueca. O protagonismo político da juventude causaria desconforto, de acordo com a especialista:

Greta diz o seguinte, “eu quero falar, eu posso falar, eu tenho lugar de cidadania aqui”. Esse movimento que vai ser uma das últimas das revoluções, depois da feminista, negra, anticolonialista. As crianças também são sujeito, essa questão revela isso de maneira clara.

Em sua coluna no *site do El País*, Eliane Brum²⁰ também saiu em defesa de Greta Thunberg. Segundo a jornalista, as sugestões de que a ambientalista sueca estava sendo manipulada eram um modo de estabelecer que crianças e adolescentes não têm voz:

O silenciamento é uma forma de destruição da infância: dizer que uma criança ou adolescente não pode falar por si mesmo ou, se fala, não sabe o que diz ou está apenas reproduzindo o que seus pais ou outros adultos lhe mandaram dizer. Negar autonomia e capacidade para falar de sua própria experiência é uma violência contra as infâncias. Essa manipulação do que seria a infância – uma época da vida sem direito à voz própria – é de uma precariedade asquerosa.

Já Helen Beltrame-Limmé, em artigo para a *Folha de S. Paulo*²¹, atribuiu o ativismo de Greta Thunberg à cultura e ao sistema educacional da Suécia:

Greta Thunberg cresceu numa sociedade na qual a criança tem, pelo menos em algumas áreas da vida, tanto poder quanto os adultos [...] A criança sueca aprende desde cedo que nada é mais importante que sua integridade, física ou moral. Nada mais natural, logo, do que se rebelar

¹⁹Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/expresso/2019/09/27/por-que-a-ativista-greta-thunberg-%C3%A9-alvo-de-tanto-ataque>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

²⁰Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/09/26/opinion/1569507094_579592.html>. Acesso em: 17 jan. 2020.

²¹Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ambiente/2019/09/greta-thunberg-e-fruto-de-um-modelo-nordico-onde-dinheiro-nao-fala-tao-alto.shtml>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

contra um sistema que ameaça sua própria existência. Também não espanta que Thunberg tenha optado por um ativismo diferente, que vigorou por muito tempo sem grandes iniciativas institucionais. Não havia em sua mentalidade sueca a necessidade de se agir como os adultos: sua voz de criança também valia.

Ao contrário dos antagonistas de Greta Thunberg, que a retratam como uma figura desprovida de relevância, dotada de uma voz que meramente ecoa aspirações e interesses de outras pessoas, as articulistas que a defendem enfatizam, talvez de modo reativo, justamente a ruptura que a ambientalista sueca simboliza ao assumir, aos 16 anos, o protagonismo de ações políticas. Em todos os textos, não é a associação da ativista à infância que é questionada. O que se critica é a compreensão da criança como um segmento social incapaz de possuir uma realidade própria ou contribuir positivamente para a sociedade.

Quando Greta Thunberg fala sobre sua idade ou sobre o conflito de gerações, ela assume um tom acusatório em relação aos mais velhos. Uma matéria do *Estadão*²² reproduz um diálogo em que, após alguns adultos celebrarem Greta Thunberg pela sua iniciativa, a ativista teria comentado: “Às vezes, incomoda quando as pessoas dizem, ‘você, crianças, vocês, jovens, são a esperança. Vocês salvarão o mundo’. Acho que seria útil se vocês nos ajudassem só um pouco”. Já em uma entrevista para a revista *Veja*²³, após ser perguntada sobre as ofensas que recebe por causa da sua idade, a ativista respondeu:

Há ainda aqueles adultos que alegam que eu e outras crianças não deveríamos agir dessa forma porque somos jovens. E eles estão certos: não deveríamos estar protestando. Não gostamos de matar aula. Queremos uma infância comum, igual à de todos. Mas sabemos o que está em jogo e que temos de fazer algo para mudar o cenário. Os adultos são os responsáveis pelo fardo que ficou para nós.

A estratégia de reivindicar para os jovens a responsabilidade de promover as alterações necessárias para a preservação do meio ambiente, uma vez que os adultos são

²²Disponível em: <<https://internacional.estadao.com.br/noticias/nytiw,aos-16-sueca-ativista-do-clima-e-indicada-ao-nobel-da-paz,70002774603>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

²³Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/greta-thunberg-a-menina-que-se-tornou-o-rostro-das-causas-sustentaveis/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

omissos, repete-se em outras falas e discursos da ativista. Por um lado, esse posicionamento demanda dos adultos que a participação política das crianças e dos jovens seja reconhecida. Por outro, alguns críticos enxergam a aspereza da postura de Greta Thunberg como algo incongruente com a sua idade. Pouco adepta ao ideal de criança dócil e obediente, a estudante sueca não se esforça para conter sua raiva.

“Greta Thunberg precisa se controlar”

Alguns dias após Greta Thunberg discursar na Cúpula do Clima, na sede da ONU, um vídeo editado de sua participação no evento começou a circular nos *sites* de redes sociais. No vídeo, a voz de Greta Thunberg foi alterada, ganhando um tom gutural para acompanhar a trilha sonora *death metal* (subgênero do *heavy metal* com letras particularmente sombrias e ritmo extremamente veloz). A versão metaleira do discurso da ambientalista foi recebido com bom humor. O vídeo atingiu, em uma semana, a marca de 4 milhões de visualizações. O criador da paródia, John Mollusk, músico e *youtuber* dos Estados Unidos, garantiu que a verba arrecadada com a música seria destinada para o Green Peace. A revista *Veja*²⁴ reproduziu um comunicado da gravadora do artista: “Honestamente, Greta é a representação do rock em todos os sentidos. Ela não se curva, é durona e não dá a mínima para o que pensam dela”. A ambientalista deu continuidade à brincadeira, ao afirmar, em sua conta do Twitter: “Vou deixar essa história de mudanças climáticas... De agora em diante vou me dedicar ao death metal”.

Uma parte do humor do vídeo advém do modo como ele ressignifica, ironicamente, as críticas dirigidas à Greta Thunberg baseadas na ideia de que a veemência com que a ativista expressa seus posicionamentos e demandas não condiz com o comportamento esperado de uma jovem de 16 anos, especialmente uma mulher. Em vez de ser esperançosa, Greta Thunberg demonstra insegurança sobre o futuro, devido ao descuido generalizado com o meio ambiente. Longe de ser recatada ou dócil, a ativista é firme, direta e combativa. Em uma análise da ascensão pública da ambientalista, o *site* brasileiro da BBC²⁵ observou que “Sua honestidade brutal é outra coisa que incomoda”.

²⁴Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/discurso-de-greta-thunberg-ganha-versao-metaleira/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

²⁵ Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-49844322>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

A raiva demonstrada por Greta Thunberg se transforma, assim, em outro modo de desmerecer sua atuação política. Questionado sobre a ativista, o presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, respondeu em tom de deboche: “Ela parece ser uma jovem menina muito feliz, que está a caminho de um futuro maravilhoso e brilhante. Muito bom ver isso!”²⁶. O Chefe de Estado da Rússia, Vladimir Putin, respondeu de maneira semelhante, ainda que mais condescendente: “Tenho certeza de que Greta é uma menina gentil, muito sincera, mas os adultos devem evitar levar adolescentes e crianças a situações extremas. Devem protegê-los de emoções extremas que podem destruí-los”²⁷.

O argumento de que a atuação política de Greta Thunberg se baseia em “emoções extremas” ou inadequadas foi desenvolvido por vários analistas. Alguns, mais fiéis à tradição moderna de atribuir superioridade à razão em detrimento da emoção, lamentavam que um tema tão sério como o das mudanças climáticas fosse tratado não só por uma criança, mas por uma criança “fora do controle”, propensa a “chantagens emocionais”, como denunciou Flávio Gordon, em um artigo já citado²⁸. Para tais críticos, a ideia de emoção se aproxima, ainda, das primeiras formas em que o vocábulo foi dicionarizado em língua portuguesa, quando ele referia-se a alvoroço, perturbação da estabilidade ou comoção popular (FREIRE FILHO, 2003). Nesses termos, a raiva só pode ser pensada como uma emoção “extrema”, uma afronta a qualquer tentativa de ordenação social. Todavia, como Lyman (2004) argumenta, a expressão da raiva carrega potencial político construtivo, na medida em que ela pode dar visibilidade a injustiças que de outra maneira seriam silenciadas pelas estruturas de poder dominantes.

Para *enquadrar* a raiva de Greta – tanto na acepção de *construir uma narrativa*, quanto no sentido de *disciplinar* (“o pai precisa enquadrar este menino”, exemplifica o *Dicionário Houaiss*) –, os críticos recorrem, com notável frequência, à antiga noção de histeria. Ao comentar negativamente sobre a ambientalista sueca, o escritor Luiz Felipe

²⁶ Greta Thunberg retribuiria a ironia ao transformar a descrição de Trump temporariamente em sua descrição, na conta do Twitter. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/cidadania/trump-ironiza-greta-thunberg-que-da-a-melhor-resposta/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

²⁷ Greta Thunberg também respondeu a Putin alterando ironicamente sua descrição no Twitter. Disponível em: <<https://istoe.com.br/greta-thunberg-debocha-das-declaracoes-de-putin-a-seu-respeito/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

²⁸ Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/flavio-gordon/a-mao-que-balanca-greta/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

Pondé afirma que “sua histeria raivosa clara é coisa de criança mimada”²⁹, atrelando a histeria à questão etária. Outros comentaristas usam o termo de maneira mais ampla, para sugerir que Greta Thunberg estaria reproduzindo uma “histeria climática” ou política. Dennis Prager, por exemplo, observa que “é fundamental lembrar que histerias [...] são para a esquerda o mesmo que o oxigênio é para a vida. Sem oxigênio, não há vida; sem histeria, não há esquerda”. Histérico seria, portanto, o discurso apocalíptico de Greta Thunberg, ao denunciar as consequências catastróficas das mudanças climáticas causadas pela ação humana.

Omitida, atualmente, dos principais manuais e classificações de diagnósticos da literatura médica, a noção de histeria tem um passado singular. Recuperá-lo é fundamental para compreender como o termo é usado com o intuito de qualificar o modo como Greta Thunberg demonstra sua indignação. Ainda que possua longínquos antecedentes – histeria remete a *hystera*, útero em grego –, sua popularização alude aos primórdios da psicologia, no século XIX. A histeria foi descrita, então, como um tipo de neurose que acometia sobretudo mulheres e ganhou, de Sigmund Freud, uma famosa explicação de natureza sexual. Historicamente, a ideia de histeria serviu – e, como observamos no caso de Greta Thunberg, continua a servir – para patologizar reações emotivas femininas consideradas excessivas ou inapropriadas.

O pensamento ocidental costuma tratar a emoção como atributo feminino e a razão como apanágio masculino. A definição das mulheres como criaturas emotivas subentende, entretanto, a experiência de emoções “mansas”, “pacíficas” (JIMENO, 2004) – distintas, portanto, da raiva, que “sugere ação, baseia-se na posse de direitos e implica poder” (BLAUVET, 2007, p. 119). Em um vigoroso desafio às idealizações de uma feminilidade naturalmente incapaz de expressar ira, a crítica feminista norte-americana dos anos 1970 valorizou o potencial político da raiva, conforme descreve Grasso:

Em ensaios, discursos, manifestos e ações diretas, as revolucionárias feministas livraram a raiva de suas conotações pejorativas, dissociando-a do medo, da destruição e da masculinidade, e vinculando-a com a coragem, o crescimento e a irmandade. Elas reconheceram a relação da

²⁹Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/luizfelipeponde/2019/10/a-guru-mimada.shtml>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

raiva com a consciência política individual e coletiva; elas teorizaram acerca de seu potencial para tornar-se “uma poderosa fonte de energia em prol da mudança e do progresso”; elas desfrutaram de suas capacidades transformadoras. A raiva exigiu atenção, fomentou entendimento, arte, ação; ela expôs conhecimentos que haviam sido enterrados, discursos que tinham sido silenciados (GRASSO, 2002, p. 4).

O viés de gênero embutido nas críticas à ferocidade com que Greta Thunberg se manifesta publicamente ganhou traços mais explícitos num comentário do jornalista Gustavo Negreiros em um programa de rádio na emissora 96 FM, do Rio Grande do Norte. Após chamar o discurso de Greta Thunberg na Cúpula do Clima de “crise de histeria”, o radialista provocou: “Ela está precisando você sabe do quê? Ela está precisando de um homem”. Sua companheira de programa interveio, lembrando ao apresentador que Greta Thunberg era um adolescente de 16 anos e que suas insinuações não tinham relação com o tema. Mas, Gustavo Negreiros prosseguiu: “Se ela não gosta de homem, se ela é lésbica, que ela pegue uma mulher. Ela está precisando de sexo. Ela é uma histérica, uma mal-amada”. O jornalista foi demitido no dia seguinte, após três dos quatro patrocinadores abandonarem o programa de rádio³⁰. Opiniões semelhantes, porém, proliferaram nas seções de comentários das notícias sobre a ativista.

Percorrendo textos filosóficos e enciclopédias alemães do século XVIII e XIX (responsáveis por processar, condensar e legitimar o conhecimento produzido em todos os campos de pesquisa empírica e de reflexão metafísica), Frevert (2011, p. 89-100) se deparou com visões alternativas acerca das ligações perigosas entre as mulheres e a ira. Alguns autores conjecturavam, naquela época, que as mulheres eram incapazes, por natureza, de experimentar a raiva: devido à estrutura frágil, elas estariam desqualificadas – constitutivamente – para atuar, de modo enérgico, em benefício próprio, tendendo mais para a astenia. Na opinião de outros observadores, o traço diferencial não era a ausência de vigor físico, mas a incapacidade de autocontrole emocional. Faltavam às mulheres força de vontade e disciplina moral para comedir seus impulsos ou para direcionar o ímpeto da raiva em direção a objetivos públicos nobres — como reparar injustiças,

³⁰ O vídeo do programa de rádio viralizou nas redes sociais e pode ser visto em: <<https://veja.abril.com.br/entretenimento/radialista-e-demitido-apos-ataque-a-greta-thunberg-passei-do-ponto/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

defender a nação e proteger os mais fracos. A propagação destes diagnósticos impôs às mulheres ciosas de sua reputação um “trabalho emocional” imprescindível: evitar ou ocultar a raiva, no ambiente doméstico e na esfera pública.

As enfáticas condenações da *raiva feminina* (que irrompia em torrentes de palavras e de ameaças) tinham um conteúdo paradoxal: por um lado, eram concedidos às mulheres sentimentos que possuíam um “efeito *empoderador*” — “As mulheres, aqui, entraram no palco como atores vigorosos que atacaram e assustaram os seus adversários, mesmo que a sua agressão fosse somente verbal” (FREVERT, 2011, p. 95). A fúria, portanto, transformava a fraqueza das mulheres em força. Por outro lado, essa mesma força era, cada vez mais, julgada inconveniente. As mulheres que não conseguiam resistir à emergência da cólera violavam, ao mesmo tempo, o padrão burguês de *civilidade* e o de *feminilidade* (assentado na expectativa de que as mulheres fossem movidas pelas “paixões ternas”, experimentando a raiva apenas com um “sentimento de impotência”, que redundava, amiúde, em lágrimas). Além de causar danos à imagem pública, a raiva das mulheres podia trazer consequências perniciosas para a sua prole. De acordo com a opinião médica hegemônica no século XVIII, lactantes enraivecidas punham em risco a saúde e quiçá a própria vida de seus filhos: “O leite iria azedar e causar convulsões que podiam, eventualmente, matar o bebê” (FREVERT, 2011, p. 95).

Se críticas a Greta Thunberg se valeram de estratégias históricas de constrangimento das emoções femininas, surgiram também, na mídia, textos informados pela perspectiva feminista que denunciavam o machismo no qual se alicerçavam alguns dos ataques mais virulentos à ativista. A especialista em linguística, Jana Viscardi³¹, argumentou: “é já velha e conhecida a estratégia de atribuir ‘selvageria’ às mulheres que se expressam para além do doce. Chamar Greta de ‘indomável’ e ‘histórica’ aponta justamente nessa direção. Dar foco e buscar ‘corrigir’ sua raiva também”. Consciente dos modos como as formas de regulação social das emoções revelam hierarquias de gênero, a autora ainda afirmou:

³¹ Disponível em: <<https://br.noticias.yahoo.com/o-machismo-daqueles-que-atacaram-o-discurso-de-greta-thunberg-na-onu-184018157.html>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

Dilma era ‘durona demais’. Não era bom. Greta expressa raiva. Também não é bom. Quando a mulher expressa sua opinião, diz-se que ela fala demais (e há estudos que mostram que, na verdade, mulheres não falam mais que homens, mas, ao falarem, são vistas como verborrágicas). Dessa forma, o único caminho possível parece ser o da doçura e da parcimônia, que a mantém na marginalidade, nas franjas da história, como já de costume.

Lola Aronovich³², professora que empresta seu nome a uma lei federal que criminaliza mensagens de ódio contra mulheres na internet, observou que as mesmas pessoas que a perseguem há anos, agora se voltam contra Greta Thunberg.

Nenhuma novidade no front. A direita é sórdida e não se acanha de espalhar mentiras contra qualquer mulher ou menina que seja ouvida. E sempre usando uma de suas principais armas, o machismo. Já fez e continua fazendo isso comigo. Talvez seja importante não levar para o lado pessoal: não me atacam por eu ser a Lola, mas por eu ser feminista. Não atacam Greta por ser Greta, mas por ser uma ativista climática.

O machismo que ordenaria julgamentos sobre a atuação da ativista sueca também seria responsável, segundo a jornalista Madeleine Lacsco³³ por definir quem pode ter e expressar raiva. Colunista do *Gazeta do Povo*, veículo que abrigou o maior número de opositores de Greta Thunberg na mídia nacional, a autora também questiona o tom emotivo do discurso da ambientalista: “Foi muito fígado com uma pitada de ressentimento e frases feitas, coisa que enfraquece toda a trajetória da adolescente numa oportunidade que me pareceu sob medida para engrandecê-la”. Entretanto, a colunista observa, de modo crítico, um descompasso no posicionamento daqueles que censuram Greta Thunberg pela sua agressividade, enquanto “O presidente da República, Jair Bolsonaro, é tratado como autêntico e espontâneo. Experimente dizer que ele é agressivo e verá a ira nas redes sociais.” Não é necessário, contudo, visitar *sites* de redes sociais. Basta observar a seção de comentários da própria coluna de Madeleine Lacsco para

³²Disponível em: <<https://theintercept.com/2019/09/30/extremistas-que-atacam-greta-thunberg-sao-os-mesmos-que-me-perseguem/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

³³Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/vozes/a-protagonista/a-menina-gretha-e-agressiva-demais-bolsonaro-e-autentico/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

perceber que a autora comete, na opinião dos leitores do veículo, um erro crasso³⁴. De acordo com seu público conservador, algumas formas de expressão da raiva são, de fato, mais legítimas do que outras. Afinal, como afirma Lyman, “a domesticação da raiva é uma das maneiras pelas quais o poder político e a autoridade são criados” (LYMAN, 2004, p. 145).

Tornam-se visíveis, assim, as divergentes valorizações da raiva e da autenticidade, baseadas em distinções de gênero e *status* social. A franqueza, codificada como uma expressão pessoal autêntica, justificaria a falta de modos (no limite, grosseira) de alguns atores que gozam de privilégios sociais. Para outros grupos, porém, a veemência na demonstração da revolta não seria atrelada à autenticidade, mas descrita como uma agressividade reprovável, fruto da incapacidade de controle emocional, da imaturidade ou de uma impotência ressentida.

“Uma criança sueca doente mental”

Uma das maneiras mais comuns de negar a raiva a certos atores sociais é rotulando-a como uma doença ou um sintoma patológico. No caso de Greta Thunberg, a sugestão de que sua raiva não tinha motivação política válida, porque era, na verdade, uma questão médica, ultrapassou as estratégias baseadas na denúncia da histeria. Diversos articulistas investiram na construção de um nexos causal entre o diagnóstico de transtornos mentais de Greta Thunberg e o modo como ela apresenta suas reivindicações. Em alguns casos, a mera condição de portadora de Síndrome de Asperger foi usada para desqualificá-la. Em outros casos, a ativista era retratada novamente como uma vítima, manipulada não apenas por conta da sua idade, mas também por causa de seus transtornos.

Em artigo publicado em um *blog* da seção de cultura do *Estadão*, em 30 de agosto de 2019 e posteriormente retirado do *site*³⁵, a crítica de arte Sheila Leirner sugeriu

³⁴ Um comentário exemplar, assinado por Bruno Breyer Caldas: “Eu não assino a gazeta do povo para ficar lendo texto de esquerdista sem pé nem cabeça. Para isso posso assinar a folha de São Paulo. A menina sueca esperneia como uma criança mimada, como se o mundo pudesse resolver o aquecimento global criando vergonha na cara, enquanto o Bolsonaro fez um discurso apontando problemas e dizendo como resolver. Em ‘esquerdês’, agressivo significa ‘homem de direita falando a dura verdade’”(Idem).

³⁵ Uma cópia em cache do artigo pode ser encontrada em: <<https://www.introvertendo.com.br/wp-content/uploads/2019/09/As-trancinhas-teleguiadas-do-produto-Greta-Thunberg.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

que Greta Thunberg é um “produto” de “trancinhas teleguiadas”, cuja “idade e handicap a tornam inatacável”. A colunista culpou os pais da ativista por tornarem pública sua “perturbação neurológica” e argumentou que “um menor com uma perturbação do espectro autista, tanto quanto outros menores ‘não tem que querer’, os adultos são ainda mais responsáveis por ele”. A colunista ainda fez referências às expressões faciais de Greta Thunberg – “seu rosto não revela nenhuma empatia” – para, então, insinuar que a ambientalista era vítima de uma instrumentalização da juventude pela esquerda política.

O artigo de Sheila Leirner gerou reação imediata da comunidade autista, que pressionou, por meio de *sites* de redes sociais, o veículo a dar um posicionamento oficial sobre a publicação no *blog*³⁶. Dias depois, um grupo de professores e profissionais da saúde mental assinou um texto publicado no *El País*, intitulado “Greta Thunberg: das vozes e dos silêncios”³⁷, em que identificava os ataques à estudante sueca como uma expressão do capacitismo. Os profissionais de saúde mental definiriam o termo:

Preconceito irmão do machismo e do racismo, ele se insurge contra os corpos e funcionamentos que não seguem o padrão de uma época, e situa as pessoas com outros modos de habitar e experimentar o mundo na condição de incapazes, inferiores, sem voz e sem direito à participação na sociedade. Essa forma odiosa de discriminação tem sido usada contra Greta como estratégia para silenciar uma voz que questiona as estruturas que levaram ao colapso climático e confronta interesses poderosos.

Semanas após o ocorrido, um novo ciclo de notícias sobre Greta Thunberg na mídia por causa de sua participação na Cúpula do Clima motivou o colunista e economista Rodrigo Constantino, porta-voz da assim chamada “nova direita”, a descrever a ambientalista de “pobre menina” e “retardada”, em um programa de rádio da Jovem Pan³⁸. Dedicado a transformar a ativista em símbolo da decadência política e moral de seus adversários políticos, o analista ainda participou de um *podcast* e publicou vários textos

³⁶ Disponível em: <<http://bit.ly/2vHxEnU>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

³⁷ Disponível em: <<http://bit.ly/37GQhpb>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

³⁸ Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/comunicacao/na-jovem-pan-rodrigo-constantino-chama-greta-thunberg-de-retardada-que-tem-sindrome-do-autismo/>>. O vídeo da fala de Rodrigo Constantino pode ser visto em: <<https://twitter.com/i/status/1176947436109074433>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

sobre Greta Thunberg em seu *blog* na *Gazeta do Povo*. Em um deles³⁹, Rodrigo Constantino sustentou que “Ao menos um, um renomado psicólogo australiano, afirma que a menina deveria, sim, estar em tratamento, e diz que está preocupado com seu bem-estar”. O psicólogo australiano citado ainda lamentava, segundo o autor, “que a postura de Greta possa incentivar outros adolescentes a adotar a mesma postura com os adultos, falando de forma desrespeitosa, agressiva, arrogante”.

Na opinião do comentarista político, “garotas problemáticas como Greta” serviriam de fantoche para o socialismo. De acordo com a definição de capacitismo sugerida pelos profissionais de saúde, Rodrigo Constantino isentava Greta Thunberg de culpa. Em sua visão, para a ativista, cabia apenas tratamento (“Quem efetivamente se preocupa com esses portadores de doenças mentais sabe que é fundamental submetê-los a tratamentos psiquiátricos”). No mesmo texto, o articulista ainda defendeu Michael Knowles, comentarista televisivo norte-americano, que motivou o canal de televisão *FOX News* a fazer um pedido de desculpas público após o comentarista chamar Greta Thunberg de “uma criança sueca doente mental” em um de seus programas⁴⁰.

Desde o século XIX, o campo disciplinar da psicologia paulatinamente assumiu para si a tarefa de interpretar, de modo sistemático e exclusivo, as experiências emotivas, como a raiva. Ainda que seja um campo diverso, o paradigma psicológico das emoções se fundamenta na compreensão de que elas sejam respostas instintivas, naturais e individuais a estímulos exteriores. Como Pribram (2016) observa, a radical individualização das emoções levada a cabo pelas ciências *psi* contribuiu para a contínua expansão do alcance do saber médico-psicológico, convocado a aferir e interceder em comportamentos, fenômenos e situações cotidianas outrora consideradas fora do escopo das patologias. A autora ainda observa que o paradigma psicológico das emoções dificulta a identificação das dimensões socioculturais de nossas experiências emotivas. As maneiras como a expressão da raiva podem ou não ser consideradas apropriadas são governadas por normas culturais que regem relações sociais e se fundam em dinâmicas

³⁹Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/rodrigo-constantino/artigos/se-greta-thunberg-tem-problemas-mentais-isso-torna-mais-sordida-sua-exploracao/>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

⁴⁰Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2019/09/24/fox-news-se-desculpa-apos-convidado-chamar-greta-thunberg-de-doente-mental.htm>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

de poder. Como a autora argumenta, o que determina se a raiva é justificada ou não envolve uma série de circunstâncias que extrapolam o indivíduo raivoso.

Professor do Departamento de Geografia da USP, o meteorologista Ricardo Felício recebeu atenção da mídia⁴¹ ao criticar Greta Thunberg em sua página no Facebook. Na publicação do professor⁴², uma foto em que a ativista aparecia com expressão facial contorcida acompanhava a afirmação de que:

Depois de ver essa sua foto, pude ter certeza que você realmente precisa de um tratamento psicológico ou psiquiátrico urgente, porque a sociedade mundial não está disposta a seguir a sua insanidade. Essa sua expressão revelou que a sua representação como uma vítima é completamente falsa. O que vimos foi um lobo feroz na pele de cordeiro querendo se vingar de todo o mundo.

O meteorologista reúne, assim, dois argumentos aparentemente incongruentes. A raiva de Greta Thunberg seria decorrente de problemas psicológicos. Entretanto, sua revolta seria reprovável porque não é irracional, mas politicamente calculada. A aparente contradição da opinião do professor da USP pode ser explicada pela observação de Lyman (2004), de que transformar a raiva em um problema psicológico é a forma mais corriqueira de ocultar o discurso político expresso pela ira. Assim, os transtornos mentais atribuídos à ativista ganham uma outra dimensão. Eles se revelam em seus gestos, expressões faciais e tom de voz. E, também, no posicionamento político exposto nos discursos da ativista.

Observações finais

A raiva ocupa uma posição peculiar no campo das emoções hostis. Apesar de inexistir consenso em relação à ordenação dos sentimentos adversos, ela não é considerada, em geral, tão extrema quanto o ódio, nem tão corrosiva quanto o ressentimento. Em determinadas situações, a raiva pode ser socialmente justificada ou, até mesmo, enaltecida, seja em consequência de um dano pessoal que exige justiça, seja como expressão de indignação política diante de desigualdades sociais. Entretanto,

⁴¹ Disponível em: <<http://bit.ly/3bUtycL>>. Acesso em: 17 jan. 2020.

⁴² Disponível em: <<https://www.facebook.com/1677321512349489/posts/2444561688958797>>. Acesso em 17 jan. 2020 .

semelhante às demais emoções, a raiva é objeto de vigorosa regulação, que se articula por meio de prescrições culturalmente cambiantes a respeito de quem é permitido sentir raiva, quais são os modos apropriados para demonstrá-la e contra quem ou o que ela pode ser dirigida.

A polêmica em torno do ativismo de Greta Thunberg demonstra como, na contemporaneidade, poucos atores sociais são apartados da raiva com tanta consistência quanto as crianças. Stearns (1993; 2014; 2019) observa que, a partir do século XIX, houve um intenso esforço para inculcar princípios de obediência e docilidade na criança e para apagar qualquer traço de validade da raiva infantil. Consideradas naturalmente inocentes, as crianças só manifestariam ira como resultado do exemplo de um mal comportamento de um adulto (STEARNS, 2019). A imagem ideal da criança que se naturalizaria ao longo do século XX combinaria inocência, subordinação e alegria. Uma idealização que perdura nos dias atuais, ainda que seja criticada.

Grasso (2002) sugere que a raiva é uma emoção moral, visto que está atrelada ao senso de justiça. Uma pessoa enraivecida é alguém que assume o papel de emitir juízos sobre o que considera injusto. Em nossa análise, identificamos que os adversários políticos de Greta Thunberg não reconhecem na ativista alguém apta a fazer julgamentos. Em vez de retrucar as críticas da ambientalista dentro do escopo das discussões sobre mudanças climáticas, seus antagonistas desenvolvem estratégias que pretendem desmerecer pessoalmente a jovem estudante. A infância é projetada em Greta Thunberg como uma condição limitante. Uma vez considerada criança, a ativista pode ser acusada de não ter plena consciência do que diz ou de reproduzir, inadvertidamente, ideias sugeridas pelos adultos ao seu redor. Além disso, sua veemência torna-se reprovável, na medida em que não condiz com o comportamento considerado ideal para uma criança. A raiva da ativista é desligada, então, de demandas por justiça, sendo interpretada como imaturidade infantil.

Nos mecanismos de silenciamento de Greta Thunberg, a infância é acompanhada de insinuações implícitas e explícitas sobre questões de gênero. As referências à histeria ou aos exageros emotivos da ambientalista constituem outro método para invalidar a atuação política e a indignação da estudante. É significativo que boa parte das críticas à ativista sejam feitas por homens e publicadas em veículos que se converteram em redutos

da extrema direita no país, como é o caso do jornal *Gazeta do Povo*. Ao demonstrar emoções que fogem aos *scripts* emocionais destinados às mulheres, Greta Thunberg se transforma em alvo de discursos machistas que pretendem delimitar as formas adequadas de expressão da revolta feminina. Em outras situações, a raiva da estudante é medicalizada, ao ser associada aos transtornos com os quais ela foi diagnosticada. Assim, o comportamento da ativista é afastado do contexto de lutas políticas para se tornar objeto de escrutínio e tratamento médico.

Apesar das inúmeras tentativas de desmerecer o ativismo de Greta Thunberg, encontramos no discurso midiático sobre a ambientalista outras perspectivas. Discursos que defendem a relativa autonomia infantil ou que enxergam a ativista como fruto de uma cultura em que a agência infantil é estimulada. Posicionamentos que identificam a desigualdade entre os gêneros nos modos de expressão da raiva e reivindicam para as mulheres a capacidade de enfurecerem-se. E interpretações do fenômeno que acusam de capacitismo aqueles que desmerecem Greta Thunberg pelos transtornos de desenvolvimento que possui.

Referências

- ARIÈS, Phillippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BLAUVELT, Martha Tomhave. **The work of the heart: young women and emotion, 1780-1830**. Charlottesville: University of Virginia Press, 2007.
- FREIRE FILHO, João. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando. (Org.). **Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades**. São Paulo: INTERCOM, 2013, p. 127-154.
- FREVERT, Ute. **Emotions in history: lost and found**. Budapeste: Central European University Press, 2011.
- GRASSO, Linda M. **The artistry of anger: black and white women's literature in America, 1820- 1860**. Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2002.
- JAMES, Allison. Agency. In: QVORTRUP, Jens *et al.* (Ed.). **The Palgrave handbook of childhood studies**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009, p. 34-45.
- JIMENO, Myriam. **Crimen pasional: contribución a una antropología de las emociones**. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia, 2004.
- LYMAN, Peter. The domestication of anger: use and abuse of anger in politics. **European Journal of Social Theory**, n. 7, v. 2, p. 133-147, 2004.

OSWELL, David. **The agency of children: from family to global human rights.** Cambridge University Press, 2013.

PRIBRAM, E. Deidre. **A cultural approach to emotional disorders: psychological and aesthetic interpretations.** New York: Routledge, 2016.

QVORTRUP, Jens (Org.). **Studies in modern childhood: society, agency, culture.** Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2005.

STEARNS, Peter N. Girls, boys, and emotions: redefinitions and historical change. **The Journal of American History**, v. 80, n. 1, p. 36-74, 1993.

STEARNS, Peter N. Obedience and emotion: a challenge in the emotional history of childhood. **Journal of Social History**, v. 47, n. 3, p. 593-611, 2014.

STEARNS, Peter N. Children and emotions history. **European Journal of Developmental Psychology**, v. 14, n. 6, p. 659-671, 2017.

STEARNS, Peter N. Happy Children: a modern emotional commitment. **Frontiers in psychology**, v. 10, 2019.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer: youtubers, infância e celebridade.** Salvador: UFBA, 2019.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 06/11/2019
Aprovado em: 31/01/2020

Criança cidadã?: os manuais de redação e as orientações sobre infância e adolescência¹

The Citizen child?: manuals of style and usage and the guidance on childhood and adolescence

Thaís FURTADO²
Juliana DORETTO³

Resumo

Tendo como base as legislações que envolvem a cobertura das questões da infância e da adolescência pela imprensa, este artigo objetiva verificar se os manuais de redação dos jornais de maior tiragem no Brasil trazem orientações para seus colaboradores — e divulgadas também ao público — sobre a abordagem de temas que envolvem as crianças. Levando em conta que vários autores consideram que uma das finalidades do jornalismo é prezar pela cidadania, busca-se perceber se essas orientações incluem tanto o direito das crianças de serem protegidas quanto o de participarem da vida em sociedade. Conclui-se que os manuais de *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *Zero Hora* tratam meninos e meninas como seres submetidos à guarda da lei, mas isso ocorre pelo receio em descumprir a legislação, e não pela preocupação com a criança como cidadã.

Palavras-chave: Infância. Cidadania. ECA. Jornalismo. Manuais de redação.

Abstract

Based on the laws that involve the coverage of childhood and adolescence issues by the press, this article aims to verify if the manuals of style and usage of the largest circulation newspapers in Brazil provide guidelines for their collaborators — also released to the public — about the approaches that they should adopt for addressing topics involving children. Considering that several authors state that one of the purposes of journalism is to foster citizenship, we seek to understand whether these guidelines, when they do exist, include both children's right to be protected and children's right to participate in life in society. We concluded that the manuals of *O Globo*, *Folha de S.*

¹ A primeira versão deste trabalho foi apresentada no 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, ocorrido no Fiam-Faam Centro Universitário, em novembro de 2018.

² Jornalista. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutora em Ciências da Comunicação pela mesma universidade. E-mail: thaifsfurtado93@gmail.com. ORCID: 0000-0001-9474-1800.

³ Jornalista. Professora do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade Nova de Lisboa, em Portugal. E-mail: jdoretto@gmail.com. ORCID: 0000-0002-1860-3622.

Paulo and Zero Hora treat boys and girls as individuals that are subjected to law enforcement. However, this results from a fear of their breaking the law, rather than from a concern with children as citizens.

Keywords: Childhood. Citizenship. Child and Adolescent Statute. Journalism. Manuals of style and usage.

Introdução

Uma das finalidades do jornalismo é oferecer ao público informações de qualidade e necessárias ao exercício e à construção dos direitos e deveres dos cidadãos (REGINATO, 2016; LAGO, 2014; PREVEDELLO, 2008). Para Lago (2014, p. 176), “[...] no corolário de valores e representações do campo jornalístico da atualidade está a sua responsabilidade social, que o liga a conceitos como interesse público, democracia e cidadania”. Prevedello (2008, p. 45), por sua vez, define cidadania como “um conjunto de direitos civis, políticos e sociais, capazes de garantir ao indivíduo o exercício da liberdade, desde que com responsabilidades, deveres e respeito aos direitos alheios”.

Para que a imprensa realmente contribua para a formação da cidadania, é necessário que ela dê espaço à multiplicidade de opiniões e vozes. “Se o jornalismo mostra sempre as mesmas pautas, parece que o mundo é sempre do mesmo jeito. Trazer a complexidade do mundo ajuda na formação da cidadania e na formação de uma opinião pública crítica, esclarecida e atuante” (REGINATO, 2016, p. 229). Neste artigo tentamos entender como o jornalismo se relaciona com as questões que envolvem a cidadania de um grupo muitas vezes esquecido pelos jornalistas: o das crianças e adolescentes.

Essa preocupação tem sido explicitada de forma recorrente em nossas pesquisas conjuntas, que se dedicam às análises de representações de crianças e adolescentes na mídia brasileira (FURTADO; DORETTO, 2019; DORETTO; FURTADO, 2018, 2019) — com especial atenção ao jornalismo. Nosso objetivo tem sido o de buscar compreender como os discursos midiáticos constroem a imagem de crianças e adolescentes neles representados, de acordo com diferentes contextos socioeconômicos, tendo em vista a defesa dos mais jovens como sujeitos de direito — ou seja, que podem exercer sua cidadania da forma mais plena possível. Nossas mais recentes conclusões têm atestado muitas vezes a representação estereotipada das crianças e adolescentes, que vem atrelada

à pouca escuta desses jovens pelos jornalistas brasileiros, ainda que saibamos dos constrangimentos e dificuldades enfrentadas pelos repórteres para fazê-lo e que tenhamos identificado avanços. Podemos resumir essa nossa trajetória em uma de nossas reflexões mais recentes, em que destacamos a problemática:

[...] as crianças são tradicionalmente representadas no jornalismo não por meio de suas próprias falas, mas pelos discursos de seus pais e tutores ou de representantes de órgãos que falam sobre elas, como escolas e organizações de saúde. Essa forma de representação faz com que a criança não apareça como cidadã plena, que participa da vida social (a não ser como consumidora), mas como uma imagem dicotômica: ou é indivíduo ingênuo e puro, a ser protegido (no caso das crianças de classes mais altas), ou então um sujeito sob a responsabilidade do Estado, porque cometeu crimes (e assim teria perdido até mesmo sua condição idealizada de infante atrelada à inocência), ou porque está em situação de vulnerabilidade (com a sua condição de “ser criança” posta em risco) (FURTADO; DORETTO, 2019, p. 158).

Assim, acompanhamos proposições de outros pesquisadores que se interessam pelo tema. Ponte (2005), por exemplo, ao estudar a construção da infância pelo discurso jornalístico, com olhar atento a Portugal, afirma que as crianças formam um dos grupos mais silenciados socialmente (e o jornalismo reflete essa prática), embora carreguem grande carga simbólica. Isso ocorre por elas serem consideradas pelos adultos como seres inocentes e desprotegidos — o que lhes confere um caráter idílico, em relação aos vícios da idade adulta —, produzindo representações muitas vezes estereotipadas. “Num jornalismo onde a personalização é valor-notícia, as crianças são por excelência ‘boas vítimas’ ou preocupantes ‘traidores’ da sua própria condição quando não correspondem a essa imagem de fragilidade” (PONTE, 2005, p. 143).

Buckingham (2000) é uma referência nessa discussão ao alertar para o fato de que as crianças, atualmente, têm *status* e autoridade como consumidoras, mas nem sempre são reconhecidas pela sociedade como cidadãs. Normalmente, elas são excluídas das decisões políticas que influenciam suas vidas por serem vistas pelos adultos como incapazes de opinar sobre essas decisões e delas participar. É evidente que existem diferenças em relação às possibilidades de atuação social de uma criança muito pequena e de um adolescente. Entretanto, considerar todos eles como incapazes de fazer parte de

deliberações sociais leva a uma reflexão circular: será que elas não são julgadas como incompetentes justamente por serem excluídas desse processo, ficando assim impossibilitadas de mostrar suas capacidades? Acreditamos, assim, que o jornalismo, por ter entre suas finalidades a formação da cidadania, deveria estimular essa participação, e não reproduzir os padrões sociais.

Por esse motivo, decidimos examinar os manuais de redação dos principais jornais brasileiros (considerados os mais relevantes para a prática noticiosa, como veremos a seguir), para entender como tratam da cobertura da infância e adolescência. Em primeiro lugar, o fazemos porque compreendemos que, embora os manuais não sejam definidores absolutos da forma como os jornalistas irão trabalhar, estudar o modo como o jornalismo define as regras para a construção de seu discurso é também uma maneira de entender como ele se comunica com a sociedade. Nesse sentido, Albuquerque e Holzbach (2008), ao estudar diferentes versões do *Manual da Folha de S. Paulo*, dizem que essa publicação é uma forma de construir um discurso sobre o contrato representativo proposto pelos jornais a seus leitores, em relação aos poderes do Estado, representado pela lei. Apesar de ser uma pesquisa sobre as diretrizes de apenas um jornal, acreditamos que a reflexão dos autores revela uma articulação interessante, que ressalta a importância dos manuais para a promoção da cidadania pelo jornalismo:

Dizer que os manuais elaboram uma versão particular do contrato representativo significa que eles se propõem de alguma forma a atuar como mediadores entre os cidadãos e o Estado. Na verdade, eles não se referem diretamente a nenhum dos dois, mas o fazem por vias indiretas. No caso dos cidadãos, o seu papel é ocupado pelos leitores [...]. Quanto às instituições políticas, os manuais raramente se referem a elas explicitamente; via de regra eles relacionam a Folha a elas pela referência às leis (ALBUQUERQUE; HOLZBACH, 2008, p. 159).

Além disso, acompanhamos Buckingham (2000, p. 245, grifo do autor) quando ele propõe que a discussão não deve envolver a proteção das crianças aos “males que as mídias poderão infligir a elas, mas, ao contrário, como as mídias poderiam *preparar* as crianças mais efetivamente para as responsabilidades da cidadania adulta – ou mesmo habilitá-las a intervir nas decisões políticas que governam sua vida”. Para isso, em primeiro lugar, é preciso conhecer a legislação brasileira sobre os direitos das crianças e

adolescentes, com especial atenção à mídia, tendo em vista que é esse o fundamento institucional mais explícito para o exercício de sua cidadania.

O marco legal da infância e da adolescência

No Brasil, a principal legislação sobre os direitos da infância e adolescência é o ECA, Estatuto da Criança e do Adolescente (Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990). A publicação *Estatuto da Criança e do Adolescente: um guia para jornalistas* (2011), da Andi⁴, diz que a lei surgiu a partir de uma grande mobilização social e que o estatuto “é tido como um marco para os direitos da criança e do adolescente no Brasil, substituindo o Código de Menores, de 1979. Traz em sua base a doutrina de proteção integral e reforça o princípio da criança e do adolescente como ‘prioridade absoluta’” (REDE ANDI BRASIL, 2011, p. 14). O trabalho ainda explica que, enquanto o Código de Menores visava apenas ações de proteção e vigilância de crianças e jovens autores de atos infracionais, o ECA se volta a todos os que têm menos de 18 anos, compreendendo que eles são sujeitos de direito, ou seja, que devem participar da vida social, para além de serem alvos de proteção.

Dos artigos do ECA, chamam a atenção dois deles, que estão relacionados ao trabalho da imprensa. No título “Do acesso à Justiça”, no Artigo 143, é dito que está “vedada a divulgação de atos judiciais, policiais e administrativos que digam respeito a crianças e adolescentes a que se atribua autoria de ato infracional” e que “qualquer notícia a respeito do fato não poderá identificar a criança ou adolescente, vedando-se fotografia, referência a nome, apelido, filiação, parentesco, residência e, inclusive, iniciais do nome e sobrenome.” (BRASIL, 1990b). Já o Artigo 247 enquadra como infração “divulgar, total ou parcialmente, sem autorização devida, por qualquer meio de comunicação, nome, ato ou documento de procedimento policial, administrativo ou judicial relativo a criança ou adolescente a que se atribua ato infracional” (BRASIL, 1990b), prevendo pena (multa) para quem não respeitar essa legislação. O Parágrafo 1º do mesmo artigo diz que também

⁴A Rede de Notícias de Direitos da Infância é uma organização não governamental voltada à promoção dos direitos humanos, que surgiu com foco na proteção das crianças e adolescentes e na cobertura dessas questões pela imprensa. Importante ressaltar que o guia citado tem a função de explicar aos jornalistas sobre os direitos das crianças e dos adolescentes, mas também acaba por incentivar pouco a escuta de jovens em pautas cotidianas.

está prevista multa para “quem exhibe, total ou parcialmente, fotografia de criança ou adolescente envolvido em ato infracional, ou qualquer ilustração que lhe diga respeito ou se refira a atos que lhe sejam atribuídos, de forma a permitir sua identificação, direta ou indiretamente” (BRASIL, 1990b).

A elaboração do ECA foi inspirada em legislação anterior, de 1989: a Convenção sobre os Direitos da Criança, capitaneada pela Organização das Nações Unidas e ratificada pelo Brasil em setembro de 1990, ou seja, poucos meses após a promulgação do estatuto. Rosemberg e Mariano (2010) mostram que “dois meses antes de sancionar o ECA [...] o então Presidente Fernando Collor de Mello anunciava [...] a criação do Ministério da Criança, concomitantemente ao encaminhamento, ao Congresso Nacional, da proposta de ratificação da Convenção”. As autoras dizem também que a maior inovação desse acordo internacional foi estender às crianças todas as prerrogativas de cidadania estabelecidas na Declaração dos Direitos Humanos (1948), ao mesmo tempo em que foi preservado o ideário presente na Declaração dos Direitos da Criança (1959), que destacava a proteção da criança: “apela a que os pais, os homens e as mulheres em sua qualidade de indivíduos, e as organizações voluntárias, as autoridades locais e os Governos nacionais reconheçam estes direitos e se empenhem pela sua observância”⁵.

Rosemberg e Mariano (2010) afirmam ainda que, por conta dessa confluência entre direitos de proteção, provisão e participação, a Convenção gera debates sobre sua aplicabilidade, no sentido de haver variadas situações em que essas prerrogativas possam se tornar conflituosas. Assim, determinados direitos à proteção podem ser questionados justamente pela existência de outros, da ordem da participação, o que pode gerar omissões adultas em casos estruturados pelas relações intergeracionais (e, portanto, de poder). Ou seja, situações em que adultos se retiram de suas posições dominantes, apenas como efeito discursivo, em nome de uma liberdade infantil que nunca é plena, pois o mundo social é construído a partir das decisões dos adultos.

[...] cabe-nos indagar se reconhecer as crianças como atores sociais – dotadas de competências para apreender e alterar a realidade, com algum (ou certo) grau de consciência sobre o que pensam, sentem e desejam, com capacidade para emitir opiniões e fazer escolhas –

⁵Disponível em: <<http://www.direitoshumanos.usp.br/index.php/Crian%C3%A7a/declaracao-dos-direitos-da-crianca.html>>. Acesso em: 9 set. 2019.

significa, também, reconhecer que devem assumir o ônus de decisões importantes ou de ser envolvidas em processos judiciais, cujo controle lhes escapa, em boa medida, porque as instituições estão erigidas e funcionam em sociedades adultocêntricas? (ROSEMBERG; MARIANO, 2010, p. 721).

Essas questões, por estarem na base da construção da Convenção, se estendem, portanto, para o Estatuto da Criança e do Adolescente, que, como vimos, ao mesmo tempo em que diz que “a criança e o adolescente gozam de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana” (Art. 3º), também “reconhece a condição peculiar de desenvolvimento, o que faz os direitos se aplicarem a crianças, adolescentes e adultos de forma diferenciada” (Art. 6º).

A Convenção também traz diretrizes que envolvem o tratamento da infância e da adolescência pelos meios de comunicação. Destacamos aqui o Artigo 13 – “A criança terá direito à liberdade de expressão. Esse direito incluirá a liberdade de procurar, receber e divulgar informações e ideias de todo tipo, independentemente de fronteiras, de forma oral, escrita ou impressa” –, e o Artigo 17, ao dizer que:

Os Estados Partes reconhecem a função importante desempenhada pelos meios de comunicação e zelarão para que a criança tenha acesso a informações e materiais procedentes de diversas fontes nacionais e internacionais, especialmente informações e materiais que visem a promover seu bem-estar social, espiritual e moral e sua saúde (BRASIL, 1990a).

Esse ponto também é espelhado no ECA, quando, em seu Artigo 71, a legislação diz que “A criança e o adolescente têm direito a *informação*, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento” (grifo nosso).

Tendo, então, debatido sobre as principais legislações que envolvem os direitos dos mais jovens (e a participação da mídia nesse processo), vamos nos voltar às diretrizes de trabalho que alguns dos principais jornais do país estabelecem a seus colaboradores para entender se esses veículos trazem orientações sobre a abordagem de temas que envolvem a cidadania das crianças – tanto pelo viés de sua proteção quanto pelo de sua participação na vida em sociedade. Para isso, olharemos para os manuais de redação que alguns desses periódicos elaboraram.

Os manuais de redação e a infância cidadã

Vizeu (2008, p. 173) destaca que os manuais modernos surgiram, na imprensa brasileira, nas décadas de 1980 a 90, trazendo não apenas regras de uso da língua portuguesa e normas para a clareza do texto – como ocorriam com os manuais precursores, das primeiras décadas do século XX, nascidos nos jornais – mas igualmente “a postura das empresas jornalísticas com relação a determinados temas, que também deve ser assumida por seus jornalistas”. Grillo (2003, p. 86) afirma que os manuais “expõem, ao mesmo tempo, as autorrepresentações e as instruções de regulamentação da prática jornalística”. Já Caprino (2002b, p. 101) resume as suas funções assim:

compilar e transmitir normas e padrões do estilo jornalístico [...] transmitir e divulgar a ideologia da empresa jornalística (ou política editorial) para jornalistas e leitores; divulgar o nome do jornal junto ao grande público, servindo de instrumento de marketing; estreitar sua relação com o leitor, estabelecendo uma espécie de contrato.

Ou seja, embora exista uma série de fatores políticos, culturais, econômicos, estruturais, hierárquicos, temporais, institucionais, éticos, entre outros, que determinam a prática jornalística, os manuais estabelecem explicitamente diretrizes sobre o comportamento do jornalista a serviço daquela publicação no seu trabalho de investigação dos fenômenos sociais a serem reportados em forma de texto noticioso. Sabemos ainda que nem sempre as orientações para a prática jornalística trazidas pelos manuais coincidem com o trabalho cotidiano dos jornalistas nas redações, já que a produção noticiosa “se altera em função das inter-relações entre as mudanças da sociedade” (GRILLO, 2003, p. 86), mas é inegável a força discursiva dessas publicações.

Isso ocorre porque, além de serem um compêndio de normas de gramática e de estilo, os manuais são um elemento importante da construção da identidade desses veículos na esfera social em que estão inscritos, servindo como instrumentos para divulgação do discurso autorrepresentativo daquele periódico: “fazem parte da prática jornalística e, com isso, integram a retórica do jornal, a qual se funda no conhecimento, na construção e na manutenção das expectativas do público leitor” (GRILLO, 2003, p. 86). Ou seja, os manuais são também um modo de os veículos dizerem como querem ser

lidos (e aceitos) pela sociedade. Ainda que as práticas jornalísticas efetivas possam ampliar (ou reduzir) a potência das diretrizes ali retratadas, o registro formal de um discurso dos proprietários dos veículos sobre os seus produtos influencia o jornalista em seu trabalho, criando uma cultura redacional forte e que nem sempre consegue ser tensionada pelo reportariado, como exposto por Breed (1993, p. 231) no seu estudo clássico dos anos 50: “os padrões culturais da sala de redação produzem resultados insuficientes para as mais vastas necessidades democráticas. Qualquer mudança importante tendente a uma ‘imprensa mais livre e responsável’ deve provir de várias pressões sobre o publisher”. É com esse olhar mais amplo sobre os manuais que eles serão aqui analisados.

Como primeiro delimitador para nossa análise, decidimos examinar apenas manuais de redação de jornais impressos. Embora existam publicações assim relativas a outros meios, concentramo-nos nesses que foram os primeiros a serem elaborados tanto no mundo quanto no Brasil e que acabaram se tornando referência em relação à construção das regras dos textos jornalísticos (MARQUES DE MELO, 2005; VIZEU, 2008). Caprino (2002a, p. 57), ao se referir aos manuais dos veículos diários impressos, afirma ainda que eles “ganham, ao longo dos anos, status de livros que orientam a prática da redação fora da imprensa. Estão à venda nas livrarias e são consultados mesmo por aqueles que não têm nenhuma ligação com o jornalismo”.

Dos cinco maiores jornais impressos brasileiros, de acordo com dados de tiragem impressa de 2017, quatro deles publicaram um manual de redação. Os que ocupam as posições de destaque são: *Super Notícia* (MG), com 156,5 mil exemplares por dia – o único sem manual –, seguido por *O Globo* (RJ), cerca de 130,4 mil; *Folha de S. Paulo*, 121 mil; *O Estado de S. Paulo*, 114,5 mil; e *Zero Hora* (RS), 100,9 mil⁶. Consultamos a versão *on-line* do manual de *O Estado de S. Paulo*⁷ e percebemos que a obra não traz orientações sobre a cobertura do tema da infância e adolescência; por isso, ela não será analisada neste artigo, ainda que essa ausência já configure um importante dado sobre a

⁶ Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/tiragem-impressa-dos-maiores-jornais-perde-520-mil-exemplares-em-3-anos/>>. Acesso em: 9 jul. 2019.

⁷ Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/manualredacao/>>. Acesso em: 12 set. 2019.

preocupação desse jornal com a temática em questão⁸. Os demais manuais trazem algumas considerações sobre o assunto. É sobre isso que falaremos a seguir.

Para elaborar a análise, realizamos consulta aos índices remissivos das publicações, em busca de termos que pudessem estar relacionados ao nosso objeto de investigação, como criança, menor, menor de idade e infância, além de leituras mais gerais, para que outros trechos pertinentes fossem encontrados. Posteriormente, apresentamos a forma como essa temática aparece em cada um desses trechos, relacionando-a com a legislação vigente sobre os direitos da infância e adolescência no Brasil e com reflexões teóricas sobre o assunto.

Folha de S. Paulo

O *Manual da Redação da Folha de S. Paulo*, de 1984, foi o primeiro, entre os analisados, a ser divulgado para o público. É também o que tem edição mais recente, lançada em fevereiro de 2018 – por isso, supõe-se que deveria tratar da cobertura da infância e adolescência de forma mais contemporânea.

Reportagem divulgada no *site* do jornal sobre o lançamento da obra, intitulada “Manual da Redação da Folha chega à 5ª e mais ampla versão”⁹, de 18 de fevereiro de 2018, diz que, “de acordo com Otavio Frias Filho, diretor de Redação, um manual geral, como o da Folha, vai muito além de apresentar orientações sobre o bom uso do português e de fixar a padronização a ser adotada pelos jornalistas da casa”. Segundo o texto, o livro tem a intenção de “*dar alguma unidade às diferentes subculturas presentes na Redação* (origens, estilos, faixas etárias diversas)” e “propicia uma régua comum pela qual se podem avaliar com mais objetividade desempenhos, erros, casos controvertidos etc.” (grifos nossos).

⁸ O manual usa o termo criança(s), adolescente e menor como exemplos em várias construções textuais, mas, em relação a orientações (sessão “Esclareça as suas dúvidas”), aparece apenas a indicação de que se deve usar “você” ao entrevistar crianças (da mesma forma que se faz com artistas e esportistas); além disso, em “Os dez erros mais graves”, surge: “Ele é ‘de menor’. O de não existe: Ele é menor.” Diz-se ainda que não se deve dizer que a criança tem “zero ano”.

⁹ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/02/manual-da-redacao-da-folha-chega-a-5a-e-mais-ampla-versao.shtml>>. Acesso em: 9 set. 2019.

Na versão anterior, publicada pela primeira vez em 2001, o manual trazia informações sobre o tratamento dado a crianças e adolescentes sobretudo no verbete “Menor”, que aparece em duas seções. Uma delas é no “Anexo jurídico”:

A legislação em vigor proíbe a identificação direta ou indireta de criança ou adolescentes a que se atribuam infrações. Na grafia de nomes, use as iniciais com ponto e sem espaço entre as letras. Evite apontar o nome dos pais e o endereço, já que isso pode acarretar a identificação indireta da pessoa. A *Folha* não publica foto que permita identificar criança ou adolescente infrator ou em situação de constrangimento. (FOLHA DE S. PAULO, 2001, p. 161, grifo do autor).

As mesmas informações aparecem em verbete de mesmo nome (“Menor”), mas na seção “Padronização e estilo”: fala-se que o jornalista deve evitar o termo e proíbe-se publicação de “nome completo de criança e adolescente infrator” (recomendam-se iniciais, apesar de isso ser proibido pelo ECA) e de foto que “permita identificar ou expor a situação de constrangimento criança ou menor infrator” (FOLHA DE S. PAULO, 2001, p. 81). Na página 99, há outra pequena remissão ao termo adolescente, no verbete “teenager”, sobre o significado do termo em português.

Na nova edição, o primeiro verbete que aborda o tema é “Imagens em redes sociais”, que está na parte 2 da obra, “Atuação jornalística” (que não aparecia com esse título na versão anterior), no capítulo “Prática”:

É imprescindível obter autorização dos pais ou responsáveis para reproduzir fotos ou vídeos em que crianças e/ou adolescentes sejam retratados. A regra se aplica mesmo que o menor de idade seja o autor da imagem e a tenha postado em seu perfil. Caso os pais ou responsáveis tenham postado foto da criança ou adolescente em rede social aberta, discuta eventual publicação com a Secretaria da Redação. (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 102, grifos do autor).

No mesmo capítulo, surge o verbete “Menor de idade”: *“Crianças (Até os 12 anos incompletos) e adolescentes (dos 12 aos 18 anos) envolvidos em atos infracionais não podem ser identificados, mesmo com a autorização dos pais ou depois de terem atingido a maioridade (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 106, grifos do autor).* O texto ainda continua:

Nesses casos, é igualmente vedado publicar iniciais do nome e do sobrenome, fotografia, referência a nome, apelido, filiação, parentesco ou residência. [...]

A *Folha* também não publica foto que permita identificar criança ou adolescente em situação de constrangimento, mesmo com o conhecimento e a autorização dos pais. A desobediência a essas determinações pode implicar a apreensão da publicação e a aplicação de multa, de acordo com a lei.

Os termos prender, deter e condenar não podem ser associados a pessoa com menos de 18 anos de idade a quem se atribua a prática de alguma infração. [...] No caso de crianças (até 12 anos incompletos), a lei (ECA, o Estatuto da Criança e do Adolescente) prescreve medidas como orientação e matrícula em estabelecimento de ensino, mas não privação de liberdade (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 106, grifo do autor).

E, assim como ocorria na versão anterior do manual, outro verbete “Menor” aparece na seção ligada a regras de escrita (“Texto”), com remissão ao verbete “Menor” descrito acima. A orientação aqui é: “evite usar essa palavra genérica; prefira termos mais precisos, como *criança* e *adolescente* (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 228, grifos do autor). Na página 224, na mesma seção, no verbete “Iniciais”, aparece também a informação de que “crianças e adolescentes aos quais se atribuem atos infracionais não podem ser identificados nem pelas iniciais”. No anexo “Três Poderes”, no verbete “Prisão”, surge o texto: “Criança e adolescente. Nunca use o termo prisão para menores de 18 anos. O correto é *internação*” (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 412, grifos do autor). No mesmo anexo, há nova orientação, no verbete “Sequestro”: *Em caso de crianças retiradas de maternidade ou da guarda dos pais, use subtrair* (termo técnico do Estatuto da Criança e do Adolescente) ou um sinônimo, mas não sequestrar (FOLHA DE S. PAULO, 2018, p. 416, grifos do autor). Por fim, o verbete “*teen*” se mantém, com breve alteração no nome, como se vê, mas redação parecida com a anterior.

Assim, notamos que, na obra da *Folha*, estão refletidos sobretudo os artigos do ECA que proíbem a divulgação de informações que possam identificar crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade – e cuja desobediência pode gerar multas –, com o avanço agora da proibição da escrita de iniciais do nome e sobrenome. É esse tipo de preocupação que resumia os verbetes “Menor”, do manual anterior, mas que também está presente no atual “Menor de idade”, de modo explícito, pois o texto fala de “aplicação de multa, de acordo com a lei”. A migração do texto do anexo “Jurídico” para o capítulo

“Prática” acentua ainda mais a ideia de incorporação da questão legal no dia a dia do trabalho. Outras atenções claras com a legislação aparecem ainda na citação do ECA em “Menor de idade” e “Prisão”. Mas não há nenhuma orientação ao reportariado para ouvir a criança sempre que um assunto de seu interesse fosse abordado por uma pauta, o que contraria um dos seus princípios editoriais, expostos na página 13 do novo manual: “cultivar a pluralidade, seja ao divulgar um amplo espectro de opiniões, seja ao focalizar mais de um ângulo da notícia [...]”.

Aliás, em relação ao acréscimo do termo “de idade” ao verbete “menor”, vale observar aqui o possível reflexo de uma orientação dada à imprensa em campanha promovida pela organização Andi, já citada, que ressalta a mudança instaurada pelo ECA em relação ao anterior Código de Menores. Em glossário disponível no *site* da instituição¹⁰, a palavra menor vem acompanhada do seguinte texto: “Desde que o ECA entrou em vigor, é considerado inapropriado [...] Esse termo reproduz e endossa de forma subjetiva discriminações arraigadas e uma postura de exclusão social que remete ao extinto Código de Menores”. Em outro *link* do *site*, na seção “Help desk”, é dito que “o termo [...] se contrapõe ao paradigma dos direitos, ao identificar as crianças e adolescentes como indivíduos sob a tutela da família ou outros responsáveis e que, por isso, não gozam de seus direitos como cidadãos”.

Chama a atenção, no entanto, que o próprio manual, em sua nova versão, usa o termo “menor de idade”, no verbete sobre imagens em redes sociais (“A regra se aplica mesmo que o *menor de idade* [...]”). E isso já se repetia na edição anterior. Os lapsos são bastante curiosos por mostrarem como o texto que guia os procedimentos do jornal não adota diretrizes que ele mesmo estabelece e como a expressão parece ser ainda de uso corrente nas redações, apesar de o ECA abolir o termo. Assim, a ideia de criança como aquela que está em determinada faixa etária, ou seja, antes dos 18 anos, é o que rege a representação de infância para a *Folha*. Pensando o manual como um discurso autorrepresentativo, percebe-se aqui que o jornal não se atrela à figura de uma publicação

¹⁰ Disponível em: <<http://www.andi.org.br/glossario/menor/>>. Acesso em: 13 set. 2019.

que valoriza as possibilidades de participação de meninos e meninas, mas os enquadram apenas como cidadãos alvos de proteção da lei.

Aliás, do ponto de vista da criança como sujeito de direitos, o novo verbete “imagens em redes sociais” é o que possibilita maior discussão. A *Folha* pede autorizações de pais ou responsáveis, mas não a anuência da própria criança, ainda que o ECA também diga, no Artigo 100, que “a promoção dos direitos e proteção da criança e do adolescente deve ser efetuada no respeito pela intimidade, direito à imagem e reserva da sua vida privada”. Mesmo que o Estatuto estabeleça o dever dos pais e responsáveis em preservar a integridade da criança, cabe a ela também o direito à sua própria imagem. Aqui, é importante lembrar a tensão que pode por vezes existir entre os direitos de participação e proteção previstos no ECA e na Convenção. Nesse caso, o jornal favorece apenas o segundo deles. Em resumo, o manual, ainda que traga mais orientações sobre a cobertura da infância e adolescência que sua edição anterior, avança pouco em relação ao tratamento dos meninos e das meninas como cidadãos.

O Globo

O *Manual de Redação e Estilo de O Globo* foi publicado originalmente em 1992, editado pelo jornalista Luiz Garcia a partir de observações que ele fazia em relação a problemas estilísticos e de correção dos textos do jornal (CAPRINO, 2002a). Garcia optou por um formato diferente dos manuais de até então e o organizou em capítulos com texto corrido, e não somente em verbetes. A 28ª edição, publicada em 2001 e à qual tivemos acesso¹¹, manteve os títulos de capítulos, mas incluiu os apêndices “Em outros idiomas”, “Expressões jurídicas” e “Termos de psicanálise e psiquiatria”.

Assim como no manual da *Folha*, há algumas recomendações sobre a cobertura do tema da infância e adolescência. No capítulo “Estilo”, está uma delas, no tópico em que são definidas as “Etapas da Vida”.

Aquele que está para nascer é o *nascituro* (em algumas situações, o *feto*). Nas primeiras 24 horas, ele é *recém-nascido*. Até dois anos, a

¹¹Em 2005 foi lançada a 30ª edição do *Manual de Redação e Estilo de O Globo*, sem modificações significativas para a temática deste artigo. Ver: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornalismo-francisco.pdf>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

criança pode ser chamada de *bebê*. Todos são *meninos* ou *meninas* até se transformarem em *adolescentes*, por volta dos 13 anos. Até a maioridade, serão também *rapazes* e *moças* – e *jovens*. Serão *menores* apenas quando as circunstâncias pedirem que se chame a atenção para a idade legal: diz-se, por exemplo, que um carro dirigido por um *menor* atropelou um *adolescente* (O GLOBO, 2001, p. 69, grifos do autor).

No apêndice “Palavras perigosas”, também aparece o termo “Menor”: “Palavra a ser substituída, sempre que possível, por outra mais específica: *criança*, *menino*, *adolescente*. Deve ter uso restrito às situações nas quais estiver em questão a idade legal da pessoa” (O GLOBO, 2001, p. 160, grifos do autor). Nos dois casos, existe preocupação semelhante à encontrada no manual da *Folha* sobre as recomendações dadas pela Andi, que aponta que o termo é pejorativo e excludente. Há também uma breve referência às crianças na página 38, no capítulo “Estilo”, que indica que, ao se tratar de “gente muito moça, muito idosa ou morta no episódio” relatado, a idade é fundamental.

No capítulo sobre questões éticas, o tema é tratado a partir de outro viés, no tópico “Respeito à pessoa”, mas utilizando o termo “menor”.

O jornal respeita a exigência legal da não identificação do menor envolvido em delito ou situação humilhante. E respeita não apenas a letra da lei, mas o seu espírito; assim, não se limita a substituir nomes por iniciais, mas usa iniciais escolhidas aleatoriamente e omite outros dados que permitam identificação (como nome completo dos pais, endereço etc.). Evidentemente, também não se publicam fotos que mostrem claramente suas feições (O GLOBO, 2001, p. 115).

Nesse caso, quando cita a exigência legal, o manual se refere ao já abordado Artigo 143 do ECA, que proíbe identificação de criança ou adolescente infrator na imprensa. Chama a atenção o fato de o jornal dizer que respeita “não apenas a letra da lei, mas o seu espírito”, como se, para proteger crianças e adolescentes, estivesse fazendo algo além do que a legislação já exige. Não há qualquer outra sugestão de atuação do reportariado de modo a compreender as variadas razões que levam uma criança a cometer um ato infracional, sem a busca de causas redutoras, o que seria esperado numa seção que se preocupa com questões éticas. Isso talvez pudesse ser considerado algo que respeitaria o “espírito” do ECA. De qualquer forma, também fica evidente a preocupação de *O Globo* em não desobedecer a leis que possam provocar punição ao jornal. Esse cuidado também

aparece no apêndice “Expressões jurídicas”, no verbete “Curatela”, que indica: “No caso dos menores de idade, o que existe é a *tutela*, exercida pelo *tutor*” (p. 215, grifos do autor).

O manual de *O Globo* traz ainda pequenos textos que simulam redações jornalísticas para exemplificar o que se deve (ou não) escrever no jornal. Dois desses exemplos incluem crianças ou adolescentes. O primeiro está no capítulo “Estilo”, ao tratar do *lead* de uma notícia. A recomendação é a de não usar detalhes que escondam a importância do fato principal:

Exemplo: “Dois meses depois de terem sido mantidos como reféns durante quase três horas por dois assaltantes que invadiram um prédio na avenida Paulo de Frontin, no Rio Comprido, os irmãos Antônio Marcos Quintans Novo, de 15 anos, e Thalita, de 13, continuam sitiados pelo medo.” Bem menor e bem melhor: “Dois meses depois de serem mantidos como reféns por dois assaltantes durante quase três horas, dois irmãos de 15 e 13 anos continuam sitiados pelo medo” (O GLOBO, 2001, p. 32).

O outro exemplo está no apêndice “Acidentes de texto”:

Fernanda, aos três anos, não sabia que uma das armadilhas da nossa língua é designar como “bala” não apenas as guloseimas que ela gostava de comer, como também o projétil que causou sua morte.
Exemplo de desastre estilístico produzido por tentativa mal concebida de enfeitar a narração. Parece que a menina morreu porque engoliu a bala (O GLOBO, 2001, p. 69, grifos do autor).

Os dois exemplos, assim como o já citado “Etapas da vida” (“[...] diz-se, por exemplo, que um carro dirigido por um *menor* atropelou um *adolescente*”), colocam as crianças em situações de fragilidade, ou relacionadas a atos infracionais, mesmo que o objetivo seja apenas dar exemplos de redação de um *lead* ou de uma frase ambígua. Isso reforça o que temos afirmado, em consonância com outros autores: meninos e meninas, nos discursos jornalísticos, vêm sendo representados normalmente a partir de estereótipos dicotômicos, o ser *inocente*, a ser protegido; e, em oposição, o *delinquente*, ainda que avanços tenham sido notados (FURTADO, DORETTO, 2019).

Por fim, vale dizer que no apêndice “Termos de psicanálise e psiquiatria”, há também pontos que citam crianças, a maioria referindo-se a comportamentos patológicos ou relacionados a contravenções. São seis verbetes: 1) “Aberrações sexuais”, aparece a

pedofilia como “relações sexuais com crianças”; 2) “Castração (complexo de)”, explica-se que, “No complexo de Édipo, a castração anatômica é temida pelas crianças como castigo pelos impulsos eróticos em relação aos pais” (o texto termina por dizer que “a saída do complexo edipiano é a entrada no complexo de castração: a criança ‘castra’ seus impulsos”); 3) “Exibicionismo/exibicionista”, o manual diz que é “Comum em crianças que estão descobrindo suas diferenças anatômicas”; 4) “Falo/fálico”, afirma-se que “Dizemos que o bebê é o falo da mãe”; 5) “Perversismo ou perversidade/perversista”, “Diz-se do adulto no qual persistem com exclusividade comportamentos sexuais perversos (pré-genitais), próprios da criança”; 6) “Regressão/regredido”, há a explicação de que “A pessoa regredida (e não ‘regressiva’) comporta-se de maneira infantil [...]”.

É possível questionar a razão de existir esse apêndice em um manual de redação de um jornal, tendo em vista a especificidade do assunto, mas também se pode ponderar que questões psicológicas se originam muitas vezes na infância e por isso existem tantas menções a crianças nessa parte do manual. Mesmo assim, chama a atenção que a maioria delas se refere a comportamentos vistos como problemáticos ou patológicos e até relacionados a contravenções.

Zero Hora

O jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, publicou suas primeiras diretrizes sobre a redação de seus textos em 1979, intituladas como *Normas de Redação*, com autoria do jornalista José Raimundo Manosso. O formato se aproxima de um livreto que, em sua introdução, explica que a ideia dessas normas surgiu no setor de Esportes, a quem se destinavam inicialmente, e que depois se expandiu para toda a redação. Diz também que foram baseadas em manuais de jornais do Rio de Janeiro e de São Paulo.

Nessa versão, só há uma referência às crianças, na página 14, em um tópico chamado “Recomendações”, segundo o qual as pessoas, nos textos do jornal, “devem ser identificadas pelo nome completo na primeira vez que forem citadas no texto, pelo sobrenome daí por diante. Mas há muitas exceções a esta regra. Em geral, atletas, crianças, marginais, artistas são tratadas pelo primeiro nome ou apelido [...]”. É interessante perceber que as crianças, no final da década de 1970, estavam acompanhadas de outros grupos que podem ser considerados à margem da sociedade, ou que não

representam a maioria das fontes entrevistadas pelos jornalistas. Mesmo atletas e artistas, que, em muitos casos, acabam por ganhar notoriedade social, em sua maioria são profissionais que não se enquadram nos padrões ideais da sociedade. O uso do termo “marginais” para definir um grupo (hoje em desuso) chama a atenção. O acesso a regras jornalísticas do passado – não tão distante – possibilita a compreensão da origem de alguns hábitos difíceis de serem apagados das redações, como a forma de tratamento das fontes, o que, em certa medida, marca diferenças sociais.

Em 1994, *Zero Hora* publicou suas diretrizes atualizadas no *Manual de Ética, Redação e Estilo*, com apresentação do então diretor de redação, Augusto Nunes, que reforça a ideia de que os manuais acabam sendo referências também para o público externo: “Em tese, as regras se destinam a orientar o comportamento dos profissionais de ZH. Na prática, são úteis a qualquer brasileiro disposto a comunicar-se por meio de textos redigidos com correção e elegância” (ZERO HORA, 1994, p. 9).

O livro é dividido nos três temas que aparecem no título: “Ética”, “Redação” e “Estilo”, e se complementa com “Glossário”, “Fontes de consulta” e “Índice remissivo”. Na lista das principais “cartolas” (ou “chapéus”) utilizadas por *Zero Hora*, aparece a palavra “Infância” (ZERO HORA, 1994, p. 29). No capítulo “Estilo”, no tópico “Individualização”, há um conselho: “A história sobre uma menina ferida numa guerra causa muito mais impacto que a divulgação do número de mortos na guerra” (ZERO HORA, 1994, p. 68). Semelhante ao manual de *O Globo*, esse exemplo relaciona a criança – ou “uma menina” – a uma situação de sofrimento.

Mas é no tópico intitulado “Menores”, dentro do capítulo “Ética”, que a cobertura de questões da infância e da adolescência é tratada de forma explícita:

De acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente, nomes de menores envolvidos em crimes só podem ser identificados pelas iniciais e as fotos dos rostos devem exibir uma tarja. Em casos muito especiais, contudo, a omissão de nomes e imagens pode contribuir para que a sociedade se exima de sua responsabilidade sobre o problema, em prejuízo dos menores. Nesses casos, a decisão de publicar o nome completo e a foto do rosto de menor envolvido em ato ilícito só poderá ser tomada pelo diretor de Redação ou pelo editor-chefe (ZERO HORA, 1994, p. 18).

É importante lembrar que o ECA indica que crianças e adolescentes a quem se atribua ato infracional não podem ser identificadas nem pelas iniciais do nome e sobrenome. O Estatuto também não indica que os rostos dessas crianças em fotos devem ser cobertos por uma tarja, e sim que imagens que as identifiquem estão vedadas. Portanto, mesmo que o manual tenha o cuidado de citar o ECA, o faz de forma equivocada. Mas o que chama mais a atenção é o fato de o jornal se colocar acima do Estatuto. A afirmação de que “em casos muito especiais, contudo, a omissão de nomes e imagens pode contribuir para que a sociedade se exima de sua responsabilidade sobre o problema, em prejuízo dos menores” não é clara. De que problema se fala? Como determinar que a preservação da identidade de um adolescente envolvido em um crime acarretaria prejuízo para ele? E, por fim, por qual razão o diretor de redação ou o editor-chefe poderiam descumprir a lei?

Enfim, a única indicação¹² explícita do manual de *Zero Hora* em relação à cobertura de temas ligados às crianças e aos adolescentes é ambígua, pois, em um primeiro momento, se preocupa em cumprir as determinações do ECA – mesmo que de forma inadequada –, mas depois defende seu descumprimento “em casos muito especiais”, com argumentação pouco consistente.

Com base na discussão acima, percebemos que os manuais analisados, entendidos como discursos autorrepresentativos, falam das crianças e dos adolescentes para os repórteres que estão submetidos às suas diretrizes (e também ao público) apenas como seres protegidos pela lei. E é o receio da punição que rege a redação dos verbetes, ressaltando o descumprimento da legislação que a reportagem pode gerar, e não a preocupação com a criança como cidadã a quem o jornalismo deve servir. Ainda que haja incongruências não resolvidas na legislação em relação a esse balanço entre proteção e participação, é exemplar o fato de que nenhum dos jornais analisados incentiva a escuta de crianças e adolescentes em reportagens em que elas são protagonistas, por exemplo. Além disso, ao utilizar as crianças em exemplos textuais, os jornais reforçam a relação delas com infração ou risco, representando-as a partir de estereótipos dicotômicos – ser

¹² No Índice remissivo há os termos “menores” e “Estatuto da Criança e do Adolescente”, que remetem a esse verbete.

inocente, a ser amparado por toda a sociedade, ou marginalizado –, e dando margens para mostrá-las como incapazes de participar de decisões políticas. Esse tipo de tratamento dado à infância acaba por seguir outros modos de enxergar as crianças como atores sociais sem agência, como se vê em ambientes escolares e em esferas de decisão política (DORETTO; FURTADO, 2018), contribuindo para o recrudescimento dessa visão parcial sobre as crianças, e não para sua transformação. Vizeu (2008, p. 175), ao estudar diferentes manuais, já mostrava essa carência de atenção às práticas cidadãs, também voltadas aos adultos:

[as publicações] Devem ter em conta a “humanidade” de cada homem, de cada grupo que os tumultos da história transformam em “objetos” de informação. Trata-se de ver homens e mulheres como seres humanos, não como material informativo para alimentar o sistema jornalístico.

Apesar de já existir um avanço em relação à forma de tratamento das crianças e adolescentes na prática do jornalismo no Brasil, pela preocupação com certos aspectos do ECA, os jornais, em seus guias de cobertura e escrita, se esquecem das crianças nas suas múltiplas dimensões, como seres que atuam em diversos setores da sociedade e fazem parte da vida cotidiana dos bairros, das cidades. Além disso, a legislação não é citada no seu escopo de promoção da participação das crianças na mídia, como ocorre com os artigos da Convenção sobre os Direitos da Criança que garantem sua liberdade de expressão ou o seu direito a receber informações adequadas ao seu desenvolvimento cognitivo e à sua vivência.

Considerações finais

Existe uma preocupação crescente com o desinteresse das crianças e dos adolescentes em relação aos noticiários e à política, como se eles fossem responsáveis por isso. “No entanto, podemos virar esse argumento do avesso. A aparente rejeição dos jovens à política e ao jornalismo pode também ser entendida como um reflexo de seu sentimento de *exclusão* do campo da política e das formas dominantes de discurso público” (BUCKINGHAM, 2000, p. 249, grifo do autor). Por essa perspectiva, de acordo com Buckingham, eles não poderiam ser considerados apáticos ou irresponsáveis, mas destituídos. Caberia ao jornalismo repensar as formas como organiza seu discurso para

atrair e incluir as crianças e os adolescentes, potencializando-se como um meio significativo de educação política e de formação de cidadania.

Nesse sentido, Buckingham (2000, p. 263) propõe que se reflita sobre o que é considerado notícia hoje: “As notícias não podem mais ficar confinadas às palavras e aos atos dos poderosos ou aos discursos estreitos e elitistas que dominam atualmente a esfera pública e o debate político”. Como o autor, defendemos que crianças e adolescentes devem ser considerados cidadãos e que cabe também ao jornalismo reforçar não apenas os direitos de proteção desse grupo, mas também suas garantias de participação na vida social, ainda que isso não esteja livre de incoerências e obstáculos. Sabemos, como já pontuamos, que a prática jornalística é complexa e não se limita ao que os manuais determinam ou ignoram. Também cabe ressaltar que não se pode generalizar e afirmar que o jornalismo como um todo no Brasil nunca contribui para o exercício da cidadania das crianças. Entretanto, infelizmente, não é essa a proposição que se encontra nas normas estabelecidas pelos jornais de maior circulação no Brasil como modos de tratar a infância e adolescência. Ou seja, a promoção da criança cidadã não faz parte das preocupações desses periódicos nas construções de seus discursos identitários, como veículos de mídia, perante a sociedade a que devem (e dizem) servir.

Consideramos que os achados aqui compartilhados sobre os manuais de redação de três dos principais jornais impressos brasileiros podem contribuir para a reflexão sobre a forma como o jornalismo vem representando as crianças e adolescentes. Quando

comparamos edições anteriores dos manuais com as mais recentes, é possível perceber que já existe um avanço em relação a essa temática, mas ainda há um grande caminho a ser percorrido. Destacamos que seria interessante ampliar essa análise para mais periódicos, com o objetivo de perceber possíveis diferenças regionais. Outro estudo a ser realizado envolveria manuais de outros veículos jornalísticos, além dos jornais, de forma a compreender como são as diretrizes para a cobertura.

Porém, como partimos do princípio de que a infância é uma construção social sempre em movimento e que o jornalismo também está em constante transformação, acreditamos ser inevitável que esse debate acabe se impondo e que as crianças e adolescentes passem cada vez mais a serem considerados em suas diferentes dimensões pelos jornalistas. Esse tem sido nosso esforço como pesquisadoras.

Referências

- ALBUQUERQUE, Afonso de; HOLZBACH, Ariane. Metamorfoses do contrato representativo: jornalismo, democracia e os manuais da redação da Folha de S. Paulo. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 5, n. 14, p. 149-170, 2008.
- BRASIL. Decreto nº 99.710, de 21 de novembro de 1990. Promulga a Convenção sobre os Direitos da Criança. **Diário Oficial da União**, Brasília, 21 nov. 1990a.
- BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Brasília, 16 jul. 1990b.
- BREED, Warren. Controlo social na redação. Uma análise funcional. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vegas, 1993, p. 152-166.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Edições Loyola, 2000.
- CAPRINO, Mônica. Manual de redação: camisa-de-força ou regra necessária? **Revista Imes**, São Caetano do Sul, v. 4, n. 4, p. 49-59, jan./jun. 2002a.
- CAPRINO, Mônica. Questão de estilo: o texto jornalístico e os manuais de redação. **Comunicação & Sociedade**, ano 23, n. 37, p. 105-123, 2002b.
- FOLHA DE S. PAULO. **Manual da Redação**. 7. ed. São Paulo: Publifolha, 2001.
- FOLHA DE S. PAULO. **Manual da Redação**. 21. ed. São Paulo: Publifolha, 2018.
- DORETTO, Juliana; FURTADO, Thaís. A “invasão” das crianças no discurso jornalístico: a representação não desejada da infância. **E-Compós**, v. 21, n. 2, ID 1471, mai./ago. 2018.
- DORETTO, Juliana; FURTADO, Thaís. O início é o fim: consumo cultural e o discurso sobre a infância no documentário “O começo da vida”. In: XXVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2019, Porto Alegre. **Anais...** Brasília: Compós, 2019.
- FURTADO, Thaís; DORETTO, Juliana. O “menino negro” da foto: a produção de sentidos nos comentários dos leitores do *El País*. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 1, p. 152-179, abr. 2019.
- GRILLO, Sheila. Manuais de redação e estilo: gêneros do discurso, linguagem e objetividade na imprensa. **The ESpecialist**, v. 24, n. especial, p. 85-110, 2003.
- LAGO, Claudia. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do “Outro” no jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 2, p. 172-187, 2014.
- MARQUES DE MELO, José. Gilberto Freyre: o modernizador precoce da imprensa brasileira. In: MARQUES DE MELO, J. **Imprensa brasileira: personagens que fizeram a história**. São Paulo: Universidade Metodista/Imprensa Oficial de São Paulo, 2005.
- O GLOBO. **Manual de redação e estilo**. 28. ed. São Paulo: Editora Globo, 2001.

PONTE, Cristina. **Crianças em notícia**: a construção da infância pelo discurso jornalístico (1970-2000). Lisboa: ICS - Imprensa de Ciências sociais, 2005.

PREVEDELLO, Carine. **Representações no jornalismo popular**: a cidadania no discurso do Extra (RJ). (Dissertação de Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria-RS, 2008.

REDE ANDI BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**: um guia para jornalistas. 2. ed. Brasília: Rede Andi Brasil, 2011.

REGINATO, Gisele. **As finalidades do jornalismo**: o que dizem veículos, jornalistas e leitores. (Tese de Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre-RS, 2016.

ROSEMBERG, Fúlvia; MARIANO, Carmem Lúcia. A Convenção Internacional sobre os Direitos da Criança: debates e tensões. **Cadernos de Pesquisa**, v. 40, n. 141, set./dez. 2010.

VIZEU, Alfredo. Gilberto Freyre e os manuais de redação. **Comunicação & Sociedade**, ano 29, n. 50, p. 163-177, 2º sem. 2008.

ZERO HORA. **Manual de ética, redação e estilo**. Porto Alegre: L&PM, 1994.

ZERO HORA. **Normas de Redação**. Porto Alegre: [s.n.], 1974.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 10/11/2019
Aprovado em: 01/02/2020

Uso compartilhado do celular por crianças e familiares: implicações para privacidade *on-line* e mediação parental

Shared mobile phone use by children and family members: implications for online privacy and parental mediation

Thinayna Mendonça MÁXIMO¹
Inês Sílvia Vitorino SAMPAIO²

Resumo

Este artigo tem como objetivo discutir as implicações do uso compartilhado de celulares por crianças de 10 a 12 anos, moradoras da periferia de Fortaleza (CE). Num contexto em que as mídias móveis fazem parte do cotidiano infantil (MASCHERONI; CUMAN, 2014) e sugerem um uso individualizado desses dispositivos, as experiências analisadas revelam que o compartilhamento do celular é a principal alternativa para o acesso à internet. Por meio de uma metodologia de inspiração etnográfica, o estudo mostrou que o compartilhamento do celular pelas crianças e seus familiares não implica, necessariamente, uma mediação parental mais ativa, pois as crianças desenvolvem estratégias para lidar com a constante supervisão, de modo a garantir sua privacidade.

Palavras-chave: Infância. Uso compartilhado do celular. Privacidade *on-line*. Mediação parental.

Abstract

This article aims to discuss the implications of the shared use of cell phones by children, aged 10 to 12, living in the outskirts of Fortaleza (CE). In a context in which mobile media are part of children's daily life (MASCHERONI; CUMAN, 2014), which might suggest that there is an individualized and private use of these devices, the experience of four children living in the periphery reveals that the sharing of mobile phones represents the main alternative for internet access. Drawing from a methodological approach inspired by the ethnographic tradition, this article addresses some of the implications of this shared use related to online privacy and parental mediation. In this context, children develop

¹ Jornalista e mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC) e membro do Laboratório de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (LabGRIM). E-mail: thinayna@gmail.com. ORCID: 0000-0002-5157-0957.

² Socióloga e doutora em Ciências Sociais pela Universidade de Campinas (UNICAMP). Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará e vice-coordenadora do LabGRIM. E-mail: inesvict@gmail.com. ORCID: 0000-0001-7507-4053.

their own strategies to deal with this situation of constant supervision by others to ensure their privacy.

Keywords: Childhood. Shared mobile phone use. Online privacy. Parental mediation.

Introdução

O acesso à internet, por meio das mídias móveis, é uma realidade para milhões de crianças e adolescentes brasileiros (CGI.BR, 2019a). No Brasil, esse uso tem sido evidenciado pelas pesquisas do Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.BR), que, desde 2012, têm escutado crianças e adolescentes com idade entre 9 e 17 anos, com o objetivo de mapear os riscos e oportunidades *on-line*.

Ao usar os dispositivos móveis, crianças e adolescentes participam da cultura digital, interagem com os pares, divertem-se e desenvolvem conhecimentos e habilidades. O acesso a tais dispositivos, contudo, apresenta, no país, semelhanças em relação a alguns aspectos, como a presença nas redes sociais, e singularidades em relação a outros fatores, como a desigualdade de acesso à internet e o uso privado de dispositivos móveis.

Neste artigo, problematizamos uma situação identificada no convívio com crianças em situação de pesquisa: o uso compartilhado de celulares. A investigação, vinculada à dissertação de mestrado *Público ou privado? A compreensão de crianças cearenses sobre privacidade on-line* (MÁXIMO, 2017), foi realizada em 2017. Trata-se de um estudo qualitativo que envolveu o acompanhamento, durante os meses de janeiro a abril de 2017, de crianças com idade entre 10 e 12 anos, moradoras da periferia de Fortaleza, no estado do Ceará (CE). A pesquisa de campo foi realizada no Centro Social Lúmen³, localizado na Comunidade 31 de Março, na região da Praia do Futuro. O centro é frequentado, diariamente, por muitas crianças que participam de atividades religiosas, de esporte e/ou lazer no turno oposto ao que estão na escola.

Para dar conta do encontro com as crianças e potencializar uma escuta atenta desse processo de uso compartilhado de celulares, apoiamos-nos na perspectiva da Sociologia da Infância (CORSARO, 2011; SARMENTO, 2004; PASQUIER, 2008) para

³ O Centro Social era mantido pela comunidade Católica Lúmen, que realizava no local atividades religiosas, de esporte e lazer para a comunidade local como um todo, não apenas para crianças.

entender que crianças são agentes produtores de cultura e participam, redefinem e moldam a cultura digital. Retomamos, também, a noção de privacidade de Derlega e Chaikin (1977), vista como uma escolha relacionada à quantidade e à qualidade de informação sobre si que um sujeito compartilha com os outros (DERLEGA; CHAIKIN, 1977), para pensarmos a privacidade *on-line*.

Para discutir a mediação parental, apoiamo-nos no referencial teórico-metodológico da pesquisa EU Kids Online (LIVINGSTONE; MASCHERONI; DREIER; CHAUDRON; LAGAE, 2015). Retomamos um enquadramento assumido também em outras investigações internacionais, como Net Children Go Mobile (MASCHERONI; CUMAN, 2014) e o Global Kids Online (BYRNE; KARDEFELT-WINTHER; LIVINGSTONE; STOILOVA, 2016). Consideramos, ainda, dados fornecidos pelas pesquisas nacionais TIC Kids Online Brasil (CGI.BR, 2018; CGI.BR, 2019a) e TIC Educação (CGI.BR, 2019b) para tecer um panorama nacional sobre o acesso de crianças e adolescentes à rede. É sobre esse panorama que nos debruçamos a seguir.

Escolhas metodológicas

A pesquisa se pautou por uma metodologia de inspiração etnográfica, na qual se buscou compreender o olhar das crianças acerca de sua relação com as mídias móveis, valorizando as interações presenciais no centro, em situações cotidianas, tais como os encontros de catequese, aulas de esportes e de reforço escolar, momentos de lazer e as conversas associadas à pesquisa. Foi por meio do relato das crianças sobre suas experiências de contato com as mídias móveis que identificamos um fenômeno, para nós então desconhecido, do uso compartilhado do celular entre crianças e familiares. Isso nos motivou a problematizar neste artigo a seguinte questão: quais as implicações do uso compartilhado do celular entre crianças e familiares quanto à privacidade *on-line* e à mediação parental?

Antes de avançarmos nessa discussão, detalhamos a seguir o processo de investigação, incluindo a aproximação do centro, a seleção das crianças, o contato com os pais e/ou responsáveis, a realização das conversas com as crianças, etc.

O ingresso em comunidades periféricas, em contexto de vulnerabilidade social e violência – associado frequentemente, à presença de gangues nos territórios de Fortaleza

–, foi facilitado por um amigo que se dispôs a mediar os primeiros contatos com o centro. No primeiro contato com os voluntários do Centro Social Lúmen, o projeto de pesquisa foi apresentado e pensamos, em conjunto com eles, qual grupo de crianças poderia participar. Para definir esse grupo, levamos em conta os seguintes critérios: ter entre 10 e 12 anos, ter pelo menos um perfil em rede social e acessar a internet, prioritariamente, por meio de dispositivo móvel. Com isso, o grupo que mais reunia crianças dentro dos critérios era a turma de catequese. Ainda que a pesquisa não trouxesse um viés religioso, entendemos que tampouco este fator poderia ser considerado um critério excludente e que deveríamos estar atentas a esse condicionamento no processo de análise. Em um dos encontros da catequese, conversamos com as crianças sobre a pesquisa e indagamos se elas tinham interesse em participar. Obtivemos retorno positivo de 10 crianças, mas quatro delas desistiram antes do início da pesquisa. Das seis crianças entrevistadas na pesquisa, quatro compartilhavam o celular com familiares. Este artigo considera as experiências de uso do celular dessas últimas.

Marcamos um encontro com os pais para explicar a pesquisa e orientar sobre a assinatura de um termo de consentimento de participação, que também foi assinado pelas crianças, seguindo os modelos do Comitê de Ética da Universidade Federal do Ceará. Esse encontro, contudo, teve baixa adesão e, para obtermos todas as assinaturas, contamos com o apoio de uma funcionária do centro social, que ligou para eles, explicou os objetivos da pesquisa, solicitou as assinaturas, recebeu e repassou os termos devidamente assinados.

Com as devidas autorizações, iniciamos nossas atividades de pesquisa diretamente com as crianças. Elas aconteceram no centro social, nos períodos em que elas estavam participando de alguma atividade na instituição. Com o propósito de deixá-las mais à vontade, evitando a condução hierarquizada do processo de pesquisa entre um adulto e uma criança (DELGADO; MÜLLER, 2005), optamos por realizar "conversas em profundidade" com as crianças em situação de dupla, considerando, nessa composição das duplas, aspectos como afinidade e idade.

Escolhemos também recorrer ao termo "conversa", e não usar o termo "entrevista" com as crianças, tanto na tentativa de não deixá-las inibidas e desconfortáveis com uma estrutura rígida de pergunta-resposta, quanto por acreditarmos que esse formato

de conversa tende a ser um caminho mais adequado para nos aproximarmos delas e, de fato, ouvi-las, pois tende a ser mais flexível e dialógico. Desse modo, elas foram convidadas a participar de uma "conversa" que incluía algumas atividades lúdicas, e não de uma entrevista formal.

Durante o período em campo, foram realizadas quatro conversas com cada dupla de crianças. A primeira conversa tinha como objetivo conhecer as crianças, a estrutura familiar, gostos e interesses pessoais. Na segunda conversa, começamos a identificar os usos das mídias feitas por elas. Foi realizada uma primeira atividade sobre a identificação de aplicativos de internet, em que eram apresentados às crianças os ícones dos aplicativos para que elas pudessem identificá-los e relatar se e como utilizavam. Tal atividade foi usada como disparador para entrar nas questões sobre o consumo midiático das crianças participantes.

No terceiro encontro, conversamos especificamente sobre as noções de público e privado. Durante as conversas, as crianças relataram o que entendiam como algo público e como algo privado. No último encontro, a conversa estava focada no compartilhamento de informações pessoais nas redes sociais. Foi realizada outra dinâmica, focada no compartilhamento de imagens de si nas redes sociais. A atividade propôs que as crianças classificassem imagens encontradas na internet e pré-selecionadas em "públicas" ou "privadas", com o objetivo de expressar quais critérios usavam para gerir a privacidade na rede. As imagens foram selecionadas com base nas imagens que as crianças relataram postar em seus perfis de redes sociais ou que costumavam ver no perfil de amigos.

Para identificação das crianças na pesquisa, utilizamos a estratégia apontada por Kramer (2002): uso de nomes fictícios escolhidos pelas crianças participantes. Desse modo, cada criança escolheu o nome com o qual gostaria de ser identificada no texto, de modo a ter a possibilidade de se reconhecer no texto e não perder a autoria de suas falas, sem, contudo, ficar exposta.

Acesso e uso de dispositivos móveis por crianças em situação de pobreza

De acordo com a OXFAN, somos o nono país mais desigual do mundo e ocupamos a 79ª posição no *ranking* de 179 países que mede o Índice de Desenvolvimento

Humano (IDH). O rendimento médio do 1% mais rico chega a ser 36,6 vezes maior que o dos 50% mais pobres e, após 15 anos de queda da desigualdade social, o país estagnou⁴.

Essa condição de extrema desigualdade social incide, portanto, de forma contundente, nas formas de acesso, uso e apropriação dos dispositivos móveis por crianças e adolescentes no país. De acordo com a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2017 (CGI.BR, 2018), 85% da população com idade entre 9 e 17 está conectada, sendo usuária de internet. Trata-se de um dado que, visto *per se*, coloca-nos próximos a resultados de países europeus. Não podemos, contudo, minimizar o fato de que a inclusão digital de mais de 4 milhões de crianças permanece como uma demanda urgente de política pública.

A série histórica da TIC Kids Online Brasil (CGI.BR, 2018) evidencia que, apesar de a maioria expressiva de crianças e adolescentes dispor de acesso à rede, é desigual a partilha dos benefícios associados a esse uso em termos de região e classe social. Há, portanto, o risco de que as disparidades socioeconômicas sejam reproduzidas e reforçadas de modo contínuo.

As áreas urbanas oferecem melhores condições de acesso (90%) do que as rurais (63%) e, no contraponto à região Sudeste (93%), o Nordeste aparece como a região com menor número de usuários (77%).

O celular é a principal forma de acesso à internet para 93% dessas crianças e adolescentes, sendo que 44% delas o tiveram como dispositivo exclusivo de acesso em 2017, ou seja, um total de 11 milhões. Destas, mais de 10 milhões pertencem às classes C e DE. A desigualdade nessa dimensão é gritante. Enquanto, na classe AB, apenas 15% têm o celular como dispositivo de acesso exclusivo, esta é a realidade para 67% das crianças e adolescentes da classe DE.

Consideradas variáveis socioeconômicas, sobressaem as diferenças de acesso por classe social. Se, entre crianças e adolescentes das classes AB e C, temos uma situação bastante confortável, próximo a alcançar a totalidade (98% e 93%), nas classes DE, o acesso cai para 70%. Como veremos mais adiante, mesmo quando acessam a rede, essas crianças, muitas vezes, contam, apenas, com um acesso precário.

⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2018/11/26/desigualdade-de-renda-para-de-cair-no-brasil-apos-15-anos-e-numero-de-pobres-cresce-aponta-ong.ghtml>. Acesso em 25 out. 2019.

Ainda de acordo com a TIC Kids Online 2018, a ausência de conexão no domicílio é a principal razão apontada pelas crianças para não utilizarem a internet. O acesso via escola tampouco é para elas uma saída, já que menos de um terço das crianças (30%) declarou ter utilizado a internet nesse espaço.

Dados da TIC Educação 2018 (CGI.BR, 2019b) revelam que somente 28% dos alunos de escolas públicas de áreas urbanas e 37% dos que estudam em escolas particulares mencionaram acessar a internet na escola pelo celular. A falta de infraestrutura de acesso à rede incide sobre a possibilidade do acesso. Em 40% das escolas públicas do país, a velocidade de conexão à internet não alcança os 3 Mbps, o que compromete o acesso amplo à rede. Em tais casos, a escola deixa de se constituir como um espaço de oportunidades de acesso às TICs, mas também de aprendizagem de competências midiáticas sob a mediação de professores. Em 2018, enquanto 95% das escolas públicas possuíam conexão de internet na sala da coordenação ou direção, apenas 5% disponibilizavam acesso na sala de aula. Há, ainda, políticas estaduais e/ou municipais que restringem o uso de celulares por estudantes na escola pública⁵, impactando também os índices de acesso à internet nas escolas e na escala de oportunidades de aprendizagem (LIVINGSTONE; HELSPER, 2007).

Considerando a prevalência do acesso à internet via dispositivos móveis, uma pré-condição para o acesso às redes é o acesso ao próprio celular. No próximo tópico, abordaremos uma situação específica que identificamos na pesquisa com as crianças da Comunidade 31 de Março: algumas delas não possuem um dispositivo próprio, acessando a internet através do celular das mães ou irmãos.

Neste panorama inicial sobre acesso e uso, abordamos aspectos como local de uso e dispositivos utilizados para se conectar à internet, afinal, como postula Aarsad (2016), é preciso pensar esse uso como um fenômeno, cuja complexidade de contextos imbricados demanda questões relativas aos conceitos de lugar, mobilidade e mídia. Diante de outras possibilidades de percurso, optamos por enfatizar, nesta análise, o modo

⁵ A Lei Estadual nº 14.146, de 25.06.08 (D.O. de 30.06.08), proíbe o uso de equipamentos eletrônicos durante o horário das aulas nas escolas públicas do estado do Ceará.

como a desigualdade social condiciona os tipos de acesso e uso. Esse é um aspecto central da discussão do próximo tópico.

Uso compartilhado do celular em um contexto periférico

Como exposto, o aumento do acesso à internet por meio do celular, apontado pela pesquisa TIC Kids Online Brasil 2018, revela uma tendência à mobilidade que estaria, em tese, associada a um uso mais individualizado do dispositivo móvel. Esse tipo de uso implicaria supostamente maior autonomia das crianças e dos adolescentes no acesso e no compartilhamento de conteúdos e também, maior privacidade em relação às dinâmicas de uso do celular (VINCENT, 2015).

Para algumas crianças moradoras da periferia de Fortaleza (CE), contudo, esta não é a realidade, visto que este tipo de uso individual e privado do celular nem sempre é possível. Na pesquisa realizada na Comunidade 31 de Março, identificamos que, das seis crianças acompanhadas na pesquisa de campo, quatro compartilhavam o celular com as mães ou com um irmão mais velho. A principal razão para esse compartilhamento é de ordem financeira, já que as famílias não tinham condições de comprar um celular para cada filho ou estavam impossibilitadas de substituí-lo em situações de perda, avaria ou roubo do dispositivo.

Nesse contexto, os filhos mais velhos tinham prioridade, e cabia aos mais novos dividirem o dispositivo com os irmãos ou com as mães. Nessas condições, as crianças usavam o celular apenas no período em que as mães estavam em casa ou nos momentos em que os irmãos permitissem o uso e com os limites definidos por eles.

Vale ressaltar que a prática do compartilhamento de espaços e de objetos, como quartos, vestimentas e brinquedos, entre outros, já compõe a realidade das famílias dessas crianças. O uso compartilhado do celular, portanto, integra a cultura de compartilhamento, somando-se a outros itens da lista acima. Apesar de imersas nesse contexto praticamente naturalizado de compartilhamento, as crianças manifestavam, em seus relatos, o desejo de ter um celular próprio, especialmente para acessarem a internet a qualquer hora do dia e definirem com mais liberdade suas próprias dinâmicas de uso.

Estudos qualitativos brasileiros de Monteiro (2018), Ferreira (2018) e Rezende (2017) também indicaram o uso compartilhado desse dispositivo por crianças e familiares

em outras regiões do país (Sudeste e Sul). O elemento em comum é que, em todos os estudos citados, as crianças eram moradoras da periferia, o que sinaliza que esse tipo de uso teria, como fator disparador, nesses casos, o critério socioeconômico. Certamente, a preocupação dos pais e/ou responsável com a mediação parental no uso dos dispositivos pode ser também, para essas famílias, um elemento a favorecer esse tipo de uso compartilhado. Trata-se de uma questão também a ser pesquisada em novos estudos. As práticas de uso compartilhado entre crianças e familiares, tampouco, foram investigadas em pesquisas quantitativas, que poderiam trazer um quadro mais amplo e representativo desse tipo de prática no país.

No escopo dos estudos qualitativos, uma outra pesquisa realizada com crianças de classe média dessa mesma faixa etária (SAMPAIO; PONTE, 2017) não apontou o uso compartilhado do celular associado à ordem da necessidade. Nesta investigação, o compartilhamento de dispositivos móveis aparece vinculado à ação de mediação parental, tendo alguns pais reportado que optaram por compartilhar o celular por julgarem que os filhos ainda não estavam preparados para ter um aparelho próprio. Desse modo, o aparelho era compartilhado com o objetivo de estabelecer um controle parental sobre os usos da internet feitos pelas crianças e garantir maior segurança no acesso a conteúdos e no uso de dispositivos e aplicativos.

Assim, embora possamos supor que o uso compartilhado do celular por crianças de periferia ou de classe média com seus familiares tenha implicações para a privacidade e para a mediação parental, ela tende a assumir contornos próprios conforme se instituem como decorrência de fatores socioeconômicos ou pedagógicos, ou, ainda, da sobreposição de um desses fatores sobre o outro. Neste artigo, nossa atenção recai sobre a realidade do uso compartilhado dos celulares por crianças e familiares na periferia, quando os fatores econômicos pesam de forma muito visível sobre este tipo de prática, problematizando suas implicações para a privacidade *on-line* e a mediação parental.

Implicações do uso compartilhado do celular para privacidade *on-line*

Assumimos, neste artigo, a noção de privacidade como a regulação de limites no ato de exposição de si que condiciona a relação do indivíduo com as demais pessoas (DERLEGA; CHAKIN, 1977). Assim, a privacidade é compreendida como uma escolha

e está relacionada à quantidade e à qualidade de informação sobre si que o sujeito está disposto a compartilhar com os outros. Neste artigo, apoiar-nos-emos nessa noção de privacidade para refletirmos acerca das práticas *on-line* das crianças com as quais pesquisamos.

Com base em tal perspectiva, compartilhar o celular com as mães e/ou irmãos mais velhos pode fazer com que as crianças tenham uma vivência de *privacidade reduzida*. Os aplicativos de redes sociais que algumas crianças reportaram usar – Facebook, Instagram e WhatsApp – estavam instalados nos celulares das mães. Portanto, os conteúdos acessados ou publicados por elas nas redes sociais também eram acessados pelas mães sem que houvesse, necessariamente, uma negociação ou autorização prévia das crianças, reduzindo, portanto, a sua privacidade. Isso porque o acesso das mães e/ou de irmãos aos conteúdos postados pelas crianças nem sempre é de sua escolha. Cientes dessa supervisão, as crianças também definem suas estratégias de controle no acesso às suas postagens e/ou conversas com os pares, o que pode ser feito mediante apagamentos de conteúdos e/ou da instalação e desinstalação temporária de aplicativos, já que o recurso ao uso de senhas se torna viável apenas em celulares de uso exclusivo.

Pesquisadora: Tua mãe vê teu Instagram?

MELODY: Vê, porque é no celular dela.

Pesquisadora: Tu usa o celular da tua mãe, né MELODY?

MELODY: É.

Pesquisadora: Tu acha que ela vê teu Instagram?

MELODY: Vê.

Pesquisadora: E pra tu acha isso ruim?

MELODY: Não. Às vezes ela reclama.

Pesquisadora: Por que ela reclama?

MELODY: Ela fala das fotos que eu posto com ela. Ela não gosta de foto.

Pesquisadora: E o WhatsApp? Ela pode ver as conversas?

MELODY: Não, mas aí eu apago.

O que o depoimento acima atesta é que, diferentemente de outras crianças que podem ter um celular exclusivo para si e ter uma vivência mais ampla de privacidade, há certa restrição ao exercício dessa liberdade no caso do uso compartilhado do celular. Assim como historicamente o controle total do acesso aos antigos diários das crianças não estava na chave que guardava seus segredos, já que as mães poderiam retirá-la da

guarda dos filhos por simples determinação ou, furtivamente, enquanto dormiam, no uso compartilhado do celular, já está explícito que o acesso das mães e/ou irmãos é possível, favorecendo o uso de outras estratégias de guarda, tais como as indicadas acima – afinal, ontem e hoje, ainda é na relação consigo e com os pares que as questões pessoais mais delicadas das crianças nessa faixa etária são abordadas (CORSARO, 2009).

O compartilhamento dos dispositivos evidencia que, além das implicações quanto ao acesso de mães e/ou irmãos aos conteúdos postados pelas crianças, outras restrições na livre expressão da criança incidem sobre o compartilhamento em redes sociais e, em alguns casos, nos perfis das redes sociais, condicionadas às autorizações de mães e/ou irmãos. Duas crianças da comunidade, além de compartilharem o dispositivo móvel, dividiam o perfil no Facebook e no WhatsApp com as mães ou irmãos, o que também implicava certas restrições de uso (ex. restrições relativas ao tempo de uso e interdições de curtidas e postagens).

MIRELA: Agora eu tô sem WhatsApp, tô usando o da minha mãe.

Pesquisadora: E, se tu não gostar da foto, tu sabe como tirar a marcação, MELODY?

MELODY: Não, eu tenho que pedir pra tirar. Porque tá no perfil dela.

LIS: Eu uso o (WhatsApp) da minha mãe, né? Mas só pra falar com minhas primas. [...] Eu vejo o Facebook da minha irmã, mas eu não posso postar nada [...] fico só olhando as fotos.

Pesquisadora: Tua irmã não te deixa curtir, LIS?

LIS: É. Porque o perfil é dela. Eu só posso ver.

Para Mirela, usar o WhatsApp da mãe era a forma que ela tinha para conversar com as amigas. A menina negociava com a mãe o tempo de uso do aparelho e relatava ter que deixar de usar sempre que a mãe precisava falar com alguém. No caso de Lis, sua irmã mais velha, de 15 anos, permitia que ela usasse seu perfil de vez em quando. Esse uso, porém, não era ativo, no sentido de realizar postagens, curtir ou compartilhar conteúdos, ela tinha autorização apenas para acompanhar as postagens. Para ter acesso ao perfil, Lis negociava com a irmã e trocava favores, tais como assumir algumas tarefas domésticas que eram responsabilidade da irmã.

Nas situações vivenciadas pelas meninas, a dimensão da privacidade ganha uma nova implicação, já que os conteúdos privados das mães, irmãos e crianças podem ser

acessados por qualquer um deles, o que implica o ingresso da criança num circuito comunicacional predominantemente adulto.

Pesquisadora: Tem algo nas redes sociais que vocês acham que não é para criança?

MELISSA: Fotos de mortos no Facebook. Uma vez a amiga da minha mãe postou.

Nesse caso, não só as crianças como também mães e irmãos precisam encontrar um modo de regular as fronteiras de privacidade (DERLEGA; CHAKIN, 1977), o que nem sempre esteve assentado em uma prática de diálogo aberto, favorecendo o uso de estratégias de fuga da vigilância por parte das crianças.

Diante da necessidade de compartilhar o dispositivo móvel, adultos e irmãos mais velhos definiam regras sobre horários de uso (ex. só pode usar após terminar as atividades escolares), autorizações (ex. poder acessar perfis dos irmãos, sem postar) e interditos a determinados tipos de postagem (ex. não postar fotos que mostram demais o corpo). Nem sempre em sintonia quanto às regras unilateralmente estabelecidas, algumas crianças evitavam partilhar os conteúdos das redes sociais, especialmente com as mães. Para isso, as crianças faziam uso de algumas estratégias. Os relatos de Melody e Monalisa sinalizam uma preocupação em manter as conversas no WhatsApp longe da vigilância da mãe, na tentativa de preservar a sua privacidade.

Pesquisadora: E o WhatsApp? Ela pode ver as conversas?

MELODY: Não, mas aí eu apago.

MONALISA: Eu apago as conversas pra ela não ver

Pesquisadora: Vocês apagam?

MELODY: Apago todas as conversas.

MONALISA: É.

Pesquisadora: E por que tua mãe não pode ver?

MELODY: Porque são minhas conversas com minhas amigas, eu não gosto que ela veja.

MONALISA: Não gosto que ela veja.

Como indicado por Boyd (2014), os adolescentes entrevistados por ela buscavam privacidade em relação àqueles que detinham poder sobre eles, seus pais, professores e demais figuras de autoridades em suas vidas. Assim, esses adolescentes, como as crianças ouvidas na pesquisa, também demonstraram maior preocupação em

manter certos conteúdos longe do alcance das mães, mantendo certa tradição de burla da vigilância presente entre diferentes gerações. Já a preocupação com o fato de que os pares pudessem ter acesso aos conteúdos privados foi relatada em menor grau por algumas crianças. Como essas crianças tinham pouco tempo de uso do celular junto aos pares, já que não levavam os dispositivos para a escola, por exemplo, o esforço por assegurar sua privacidade frente às mães sobressaía, embora nem sempre fosse respeitado.

Não temos, nesse contexto, dados quantitativos que permitam indicar se o uso compartilhado dos celulares implica necessariamente um aumento da vigilância sobre as crianças. O que podemos atestar é que ela é favorecida pelo uso compartilhado dos celulares no contexto periférico que analisamos. Verificamos, por sua vez, que, diante da expansão de artefatos que permitem narrativas de si na internet, crianças que têm o uso compartilhado como única opção têm suas possibilidades de definição dos parâmetros de sua própria privacidade *on-line* reduzidas em termos de acesso e uso dos dispositivos e redes.

Implicações do uso compartilhado do celular para a mediação parental

A mediação parental da internet, via dispositivos móveis, é um conceito que se refere “às práticas pelas quais os pais procuram gerenciar e regular, baseados em valores e prioridades, as experiências de seus filhos com a mídia” (LIVINGSTONE; MASCHERONI; DREIER; CHAUDRON; LAGAE, 2015, p.7). A mediação expressa tanto a gestão parental em relação ao uso de mídia por crianças e adolescentes quanto amplia o papel dos pais, “ao considerar, além das restrições, as estratégias sociais e interpretativas tão bem quanto as atividades de monitoramento por eles empregadas” (MAIDEL; VIEIRA, 2015, p.295).

Nessa perspectiva, o uso compartilhado do celular traz implicações também em relação à mediação parental, e este é um ponto importante e condicionante do uso. Neste tópico, exploramos as mediações parentais reportadas pelas crianças na pesquisa, considerando algumas estratégias de mediação parental da internet e dispositivos móveis apontadas por Livingstone, Mascheroni, Dreier, Chaudron e Lagae (2015): mediação ativa do uso seguro da internet; mediação restritiva e monitoramento.

A mediação ativa do uso seguro da internet é um conjunto de atitudes que inclui a conversa sobre o conteúdo *on-line* que os filhos acessam e foca em práticas que promovam o uso seguro e responsável da internet. Para que essa mediação ocorra, é necessária a presença dos pais no momento em que crianças e adolescentes estejam acessando a internet. As práticas de mediação ativa incluem ações instrutivas e informativas e implica uma negociação entre pais e filhos sobre os usos.

A mediação restritiva se refere às ações que indicam regras e limites explícitos para o uso da internet e dos dispositivos móveis. São ações que determinam o limite de tempo de uso, o tipo de conteúdo a ser compartilhado e acessado, o local de uso, entre outras. Tais ações, porém, não implicam a presença dos pais durante o uso e não incluem conversa ou negociações sobre as regras estabelecidas.

O monitoramento, por sua vez, é a ação de verificar as atividades *on-line* realizadas por crianças e adolescentes. Essa mediação se refere ao monitoramento do uso da internet pelas crianças após esse uso, e não durante o período em que as atividades são realizadas, como na mediação ativa. Um exemplo dessa prática é a verificação do histórico do navegador após o uso.

Nas conversas com as crianças, um aspecto importante da mediação foi identificado. Ao falar sobre o tema, as crianças se referiam apenas à figura materna como a responsável por definir regras e acompanhar suas atividades *on-line*. Aquelas que compartilhavam o celular com irmãos mais velhos também ficavam submetidas às regras impostas por eles, associadas, principalmente, ao tempo. Nenhuma criança mencionou que o pai e/ou outro adulto exerciam algum tipo de mediação em relação ao uso do celular e da internet. Isso é relevante se considerarmos que, entre as crianças participantes da pesquisa, somente uma não morava com o pai. Segundo relato das crianças, a “ausência” da mediação exercida pela figura paterna era devido à intensa rotina de trabalho dos pais ou à falta de conhecimento sobre os *sites* de redes sociais.

LIS: Meu pai nem sabe mexer nisso (risos).

MONALISA: [...] Ele nunca tem tempo, porque ele trabalha fora.

Dentre as orientações e regras estabelecidas pelas mães, os relatos sobre limites de horário de uso eram frequentes, principalmente porque as crianças só poderiam utilizar

os celulares quando as mães estivessem em casa. Como o dispositivo era compartilhado, o tempo também de uso precisava ser dividido. Temos aqui, por um lado, uma condição que tende a proteger a criança de um consumo de mídia excessivo, permitindo que esta esteja menos suscetível ao imperativo da conectividade (MASCHERONI; ÓLAFSSON, 2014) e, por outro lado, a redução do escopo da janela de oportunidades, decorrente do uso permeado pelas limitações temporais e de outra ordem já indicadas. No caso das crianças que dividiam o celular com irmãos, esse tempo de uso era negociado entre eles e sofria menos interferência dos pais.

Pesquisadora: E vocês usam sempre o Facebook?

MONALISA: Eu uso só quando minha mãe chega.

Pesquisadora: Mas tu olha o Facebook todo dia?

MONALISA: Às vezes. Mas só 17h30min, porque é quando minha mãe chega. Ela sai 6h30min e chega 17h30min.

A preocupação das mães em relação ao risco de contato com estranhos por meio das redes sociais, como identificado em outras pesquisas (SAMPAIO; PONTE, 2017), também foi relatada por algumas crianças. A fala de Mirela ilustra essa preocupação, indicando a mediação da mãe na seleção de pessoas para fazerem parte da lista de contatos da rede social da filha.

MIRELA: A minha mãe diz *pra mim* não cair na dos outros, dos homens. Quando alguém manda solicitação pra mim, eu mostro pra ela, quando é homem. Aí, eu digo que não conheço e ela diz 'não aceite'.

Tal relato sugere que a mediação da mãe foi do tipo ativa, já que ela estava junto da criança durante o uso da rede social, realizando com ela a escolha dos amigos a serem adicionados na lista de contatos. As crianças também reportaram outras orientações dadas pelas mães, ligadas ao uso seguro da internet, como não fornecer informações privadas nos perfis.

Pesquisadora: Tem alguma coisa que os pais de vocês dizem que não é legal colocar na rede social?

MIRELA: A minha mãe só diz pra não colocar o número do telefone, porque tem gente que pega e passa trote, diz que sequestrou a gente.

LIS: A minha não deixa nem eu nem minha irmã colocar nome completo.

As informações privadas que algumas mães orientavam a não compartilhar na rede eram o endereço, o telefone e o nome completo. Segundo relato dessas crianças, a justificativa dada pelas mães era a de que a divulgação desse tipo de informação oferecia um risco ligado ao contato com pessoas estranhas.

Além da preocupação como o contato com estranhos e o compartilhamento de informações privadas nas redes sociais, a atenção das mães em relação à exposição do corpo das filhas também foi mencionada. A fala de Melody exemplifica tal preocupação, sinalizando o monitoramento como tipo de mediação adotado, já que a mãe teve acesso às fotos após a publicação.

MELODY: Às vezes, porque ela manda eu tirar algumas fotos.

Pesquisadora: Por quê?

MELODY: Porque tem umas *pose* que ela não deixa eu fazer. Tipo biquinho [...] Ela diz que eu tô me mostrando demais.

O fato de essas crianças compartilharem o celular com as mães pode sugerir que haja uma mediação parental mais ativa em relação ao uso das redes sociais. No entanto, esse tipo de mediação foi identificado apenas no relato de uma criança. Exemplos de mediações restritivas e de monitoramento, como definição de horários para usar os dispositivos móveis, de tipos de conteúdos a serem compartilhados e verificação de atividades após o uso, foram mais relatados.

Considerações finais

O uso compartilhado do celular entre crianças e familiares se apresentou como um aspecto singular da cultura digital das crianças participantes da pesquisa na Comunidade 31 de Março. Para elas, essa era a única forma de acesso à rede, já que o fator socioeconômico impossibilitava que elas tivessem um celular próprio, configurando um compartilhamento sobretudo por necessidade. No caso de crianças de classe média, como sinalizam outras pesquisas (SAMPAIO; PONTE, 2017), o compartilhamento do dispositivo como prática pedagógica, associada à vigilância parental, na sua estratégia de proteção, sobressaiu. Estas não são, na verdade, práticas excludentes, visto que a

vigilância parental com fins pedagógicos também pode ocorrer na periferia, ainda que não tenha sido sua motivação principal nesta investigação. Estudos quantitativos poderiam colaborar para o esclarecimento de tal questão.

No que concerne às implicações do uso compartilhado do celular entre as crianças e seus familiares, no contexto periférico analisado, podemos destacar a vivência de uma *privacidade on-line reduzida*, já que suas práticas *on-line* estão sobre constante vigilância. Além disso, sofrem uma série de restrições relativas ao tempo de uso e às interdições de curtidas e postagens. Desse modo, não controlam integralmente a quantidade e a qualidade das informações sobre si que desejam compartilhar (DERLEGA; CHAKIN, 1977).

Trata-se de um prejuízo que, de algum modo, incide sobre o acesso e o uso do celular pelos familiares, já que as crianças também acessam conteúdos de mães e irmãos mais velhos, ainda que não tenham a mesma autoridade sobre eles. Assim, em seus relatos, evidenciam o desconforto com este tipo de situação, que está pautada numa relação de poder adultocêntrica, que não lhes favorece e dificulta que a regulação das fronteiras de privacidade (DERLEGA; CHAKIN, 1977) seja assentada em uma prática de diálogo aberto. A solução delas para lidar com esse tipo de situação é, pois, recorrer a estratégias de fuga dessa vigilância, apagando parte do que vivenciam em suas práticas *on-line* e desinstalando temporariamente aplicativos. Sobre essa outra parte de suas vidas, conversam apenas com os pares, compartilhando com eles, inclusive, situações sensíveis de constrangimento vivenciadas na rede.

Em relação à mediação parental, realizada principalmente pelas mães, como vimos, as práticas reportadas pelas crianças se caracterizaram sobretudo como restritivas e de monitoramento. O uso compartilhado do celular com familiares não se traduziu, contudo, em maior proteção, já que elas relataram fazer uso de estratégias para burlar regras e orientações das mães. Com o objetivo de manter a privacidade e de se afastar dessa vigilância, crianças reportaram a estratégia de apagar dos aplicativos de mensagens as conversas que trocavam com os amigos. Desse modo, eventualmente, conseguiam determinar quais conteúdos manteriam privados, fazendo a gestão das fronteiras de privacidade e compartilhando esse tipo de informação apenas entre pares.

A prática evidencia, nesse caso, a importância da cultura de pares no sistema de proteção das crianças e a ineficácia da mediação parental orientada apenas pela vigilância e por práticas impositivas, reforçando resultados de outras investigações que assinalam a importância da mediação ativa (LIVINGSTONE; MASCHERONI; DREIER; CHAUDRON; LAGAE, 2015) como um caminho mais promissor para minimizar riscos, sem limitar as oportunidades no uso da internet.

Referências

AARSAND, Pål. Children's media practices: challenges and dilemmas for the qualitative researcher. **Journal of Children and Media**, Londres, v. 10, n. 1, p. 90-97, 2016.

BOYD, danah. **It's complicated: the social lives of networked teens**. New Haven: Yale University Press, 2014.

BYRNE, Jasmina; KARDEFELT-WINTHER, Daniel; LIVINGSTONE, Sonia; STOILOVA, Mariya. **Global Kids Online research synthesis, 2015–2016**. UNICEF Office of Research–Innocenti and London School of Economics and Political Science, 2016. Disponível em: <www.globalkidsonline.net/synthesis>. Acesso em: 30 de out. 2019.

CGI.BR. **TIC Kids Online Brasil 2017**: Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2018.

CGI.BR. **TIC Kids Online Brasil 2018**: Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2019a.

CGI.BR. **TIC Educação 2018**: Pesquisa sobre o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nas escolas brasileiras. São Paulo: Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2019b.

CORSARO, William. Peer Culture. In: QVORTRUP, J. et al. (Ed.). **The Palgrave handbook of childhood studies**. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009, p. 301-315.

CORSARO, William. **Sociologia da Infância**. 2a ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2011.

DELGADO, Ana Cristina Coll; MÜLLER, Fernanda. Em busca de metodologias investigativas com as crianças e suas culturas. **Cadernos de Pesquisa**, v. 35, n.125, p. 161-179, 2005.

DERLEGA, Valerian; CHAIKIN, Alan. Privacy and self-disclosure in social relationships. **Journal of Social Issues**, v. 33, n. 3, p. 102–115, 1977.

FERREIRA, Mayra Fernanda. **Infância (n)ativa**: potencialidades de participação e cidadania às crianças na mídia digital. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Estadual Paulista, Bauru-SP, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/157357/>>. Acesso em: 30 de out. 2019.

KRAMER, Sonia. Autoria e autorização: questões éticas na pesquisa com crianças. **Cadernos de pesquisa**, v. 116, p. 41-59, 2002.

LIVINGSTONE, Sonia; HELSPER, Ellen. Gradations in digital inclusion: children, young people and the digital divide. **New Media & Society**, v.9, p. 671-679, 2007.

LIVINGSTONE, Sonia; MASCHERONI, Giovanna; DREIER, Michael; CHAUDRON, Stephane; LAGAE, Kaat. **How parents of young children manage digital devices at home: the role of income, education and parental style**. London: LSE, 2015.

MAIDEL, Simone; VIEIRA, Mauro Luis. Mediação parental do uso da internet pelas crianças. **Psicologia em Revista**, v. 21, n. 2, p. 293-313, 2015.

MASCHERONI, Giovanna; CUMAN, Andrea. **Net children go mobile: final report**. Milano: Educatt, 2014.

MASCHERONI, Giovanna; Ólafsson, Kjartan. **Net children go mobile: cross-national comparisons**. Milano: Educatt, 2014.

MÁXIMO, Thinayna Mendonça. **Público ou privado?** A compreensão de crianças cearenses sobre privacidade online. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Linguagens), Universidade Federal do Ceará, Fortaleza-CE, 2017.

MONTEIRO, Maria Clara Sidou. **Apropriação por crianças da publicidade em canais de youtubers brasileiros: a promoção do consumo no YouTube através da publicidade de experiência**. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre-RS, 2018.

PASQUIER, Dominique. From parental control to peer culture. Cultural Transmission and Conformism. In: Drotner, K.; Livingstone, S. (Orgs). **The international handbook of children, media and culture**. London: SAGE, 2008.

REZENDE, Aline da Silva Borges. **Entre o olhar da pobreza e o som da ostentação: os imaginários do consumo na construção midiática da infância na cena musical do funk ostentação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo-SP, 2017.

SAMPAIO, Inês Vitorino; PONTE, Cristina. **TIC Kids Online Brasil-Portugal**. Relatório de pesquisa. Fortaleza: Universidade Federal do Ceará, 2017.

SARMENTO, Manuel Jacinto. As culturas da infância nas encruzilhadas da 2ª modernidade. In: SARMENTO, M. J.; CERISARA, A. B. **Crianças e miúdos: perspectivas ssciopedagógicas da infância e educação**. Porto: Asa, 2004, p. 9-34.

VINCENT, Jane. **Mobile opportunities: exploring positive mobile opportunities for european children**. London: London School of Economics and Political Science, 2015.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 04/11/2019
Aprovado em: 29/01/2020

Infância capitalizada nos processos comunicacionais em rede: estudo exploratório sobre o consumo midiático de crianças entre 10 e 12 anos

Capitalized childhood in networked communication processes: an exploratory study of 10 to 12 year-old children's media consumption

Renata Alves de Albuquerque OTHON¹
Maria das Graças Pinto COELHO²

Resumo

Este artigo apresenta os resultados preliminares de pesquisa em andamento, a qual busca relacionar a emergência das culturas infantis na contemporaneidade às práticas comunicacionais das crianças nas redes sociais na internet. O estudo exploratório se fundamenta na aplicação da Análise de Conteúdo Temática (BARDIN, 2011) à transcrição de 13 entrevistas semiestruturadas, realizadas com estudantes entre 10 e 12 anos em uma escola pública municipal de Natal (RN). Identificam-se novas categorias de análise que relacionam os usos de *sites* de redes sociais a certas práticas e sentidos das crianças. Dentre elas, a lógica de conversão do capital social em capital econômico; a cultura material como continuidade dos processos de consumo estabelecidos na construção da infância; e um modo de entender os meios de comunicação por uma óptica interativa e participativa.

Palavras-chave: Estudos da Infância. Redes Sociais na Internet. Consumo. Capital Social.

Abstract

This article presents the preliminary results of an ongoing research, which seeks to establish a relationship between the emergence of contemporary children cultures to children's communicational practices in social media on the internet. The exploratory research is based on the application of Thematic Content Analysis (BARDIN, 2011) to the transcripts of 13 semi-structured interviews conducted with students between the ages of 10 and 12 in a public school in Natal (RN). Here, we identify new categories of analysis

¹ Jornalista e publicitária. Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com período sanduíche na Universidade NOVA de Lisboa. Integrante do grupo de pesquisa Gemini – Análise e Pesquisa em Cultura, Processos e Produtos Midiáticos. E-mail: renata.othon@hotmail.com. ORCID: 0000-0001-9443-2063.

² Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre e doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Professora associada da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e coordenadora do grupo de pesquisa GEMINI. E-mail: gpcoelho8@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6820-008X.

that relate the consumption of social networking sites to certain practices and meanings in childhood. Among these, we find a logic of conversion of social capital into economic capital; material culture as a continuity of the consumption processes established in the construction of childhood; and a way of understanding media from an interactive and participatory perspective.

Keywords: Childhood and Children Studies. Social Media on the Internet. Consumption. Social Capital.

Introdução

O consumo de tecnologias de informação e comunicação (TICs) por crianças vem se tornando cada vez mais frequente em seus espaços privados e na forma como ocupam o espaço público. Nesse contexto, a mídia e seu *modus operandi* legitimado nas relações sociais têm exercido um papel central nos processos de socialização das crianças, junto ao meio social onde vivem, ao grupo de amigos com os quais interagem, aos sistemas políticos, às ideologias e às instituições historicamente vinculadas à infância, como a família e a escola.

Por conseguinte, a interlocução entre mídia e infância vem ganhando importância na medida em que as “experiências diárias (dos jovens) são repletas de narrativas, imagens e mercadorias produzidas pelas grandes corporações globalizadas de mídia” (BUCKINGHAM, 2007, p. 7). Acrescenta-se, ainda, as narrativas e imagens produzidas pelas próprias crianças na construção de suas sociabilidades mediadas pelos *sites* de redes sociais³.

Nesse meio, os SRSs podem ser pensados como instrumentos de visibilização, visto que permitem que os indivíduos construam um perfil público ou semipúblico, interajam por meio de comentários e outras ações, articulem uma lista de usuários com quem mantêm uma conexão, vejam e exibam sua rede social e a lista de conexões dos outros atores presentes no sistema (boyd; ELLISON, 2007) e se conectem a pessoas com valores e comportamentos semelhantes.

³ Ao longo do texto, as expressões “redes sociais na internet” ou “redes sociais on-line” se referem às conexões estabelecidas no ciberespaço. Já o termo “sites de redes sociais” (SRSs) se refere às ferramentas que possibilitam a expressão e a sociabilização, ou seja, que possibilitam as conexões (RECUERO, 2009).

Em vista desse panorama, este artigo fundamenta-se em uma pesquisa em andamento, a qual busca relacionar a emergência das culturas infantis na contemporaneidade às práticas comunicacionais das crianças nas redes sociais na internet. Tal projeto parte de uma perspectiva abrangente, que procura compreender como se configura a infância contemporânea, para se aprofundar em questionamentos mais específicos à área midiática: quais estruturas, sentidos e práticas relativos ao consumo de SRSs limitam a forma com que as crianças podem agir, e possibilitam as práticas dessas crianças na construção social da infância? E ainda, como podemos caracterizar a infância em seus processos comunicacionais digitais e em rede?

Explora-se, assim, a reinstitucionalização da infância (SARMENTO, 2003) pautada pelas TICs, pelas lógicas midiáticas de sociabilidade em rede e pelas emergências de visibilidade. A cultura de consumo, introduzida no contexto infantil na globalização cultural do século XX, aparece como protagonista desse processo, povoando os universos de socialização das crianças.

Por conseguinte, este artigo retrata as análises preliminares da pesquisa exploratória do projeto, realizada entre agosto e novembro de 2018, com crianças entre 10 e 12 anos⁴, cujos propósitos incluíram a familiarização com o campo, a definição e refinamento de técnicas de coleta de dados e a identificação de indicadores que compõem o quadro teórico-analítico da investigação, apresentado a seguir.

Quadro teórico-analítico

Por muito tempo, as abordagens nos estudos da mídia puderam ser vistas por uma óptica dualista, na qual se encontram investigações que refletem o que a mídia faz com as crianças, na concepção de suas representações e efeitos, ou o que as crianças fazem com a mídia, na perspectiva de suas produções simbólicas e materiais (TOMAZ, 2017a, p. 29-35).

Na primeira vertente, os estudos das *representações* analisam como os produtos midiáticos produzem e projetam imagens das crianças que contribuem para o imaginário social acerca do conceito de infância. Isto é, buscam compreender como a indústria

⁴ Neste texto, foram atribuídos nomes fictícios às crianças para preservar suas identidades.

cultural afeta as percepções e as construções da realidade. Já as investigações sobre os *efeitos* preocupam-se em analisar a influência da mídia no comportamento individual ou coletivo⁵.

Na segunda vertente, identificam-se objetivos voltados para o mapeamento de sentidos e práticas que as crianças produzem em seus contatos com os produtos midiáticos, ou seja, como constroem suas identidades e comportamentos, e/ou como promovem produções culturais materiais.

Mesmo compreendendo que as representações, os efeitos, as produções simbólicas ou materiais podem compor um recorte específico em uma investigação, constata-se que investigá-los de forma isolada, sem considerar o contexto, não é suficiente para abranger as nuances e diversidades dos fenômenos (TOMAZ, 2017a). Gradativamente, essas abordagens são substituídas pela complexidade das experiências e múltiplas mediações que atravessam as experiências midiáticas das crianças.

Tais pontos de vista representam uma tentativa de romper os antagonismos que polarizam a relação entre a mídia e as crianças e as posicionam como vítimas inocentes e passivas ou como atores sociais competentes e ativos. Enquanto um adota uma perspectiva crítica e atribui à infância contemporânea um estado de desaparecimento, fragilidade e/ou adultização (POSTMAN, 1999; STEINBERG; KINCHELOE, 2001; FALCÃO; MILL, 2018), o outro pressupõe um discernimento e trato natural de gerações que nascem em meio à cultura midiática e a interfaces amigáveis (TAPSCOTT, 1999, 2010; PRENSKY, 2001).

As noções que colocam a criança ora como indivíduo vulnerável, ora como sujeito empoderado, vêm ainda de uma discussão mais ampla presente nas matrizes estrutural-funcionalista e nas abordagens subjetivistas que permearam a Sociologia no século XX. De um lado, o funcionalismo e o estruturalismo compartilham a ideia de uma realidade social construída externamente ao indivíduo por uma série de condicionamentos impostos; e, do outro, as abordagens subjetivistas consideram o sujeito protagonista da

⁵ Essa abordagem esteve presente nos estudos de *Mass Communication Research*, que marcaram o campo investigativo da comunicação no contexto norte-americano nas décadas de 1920 e 1930.

sua realidade, uma vez que é dotado de autonomia e ação, independentemente dos constrangimentos que lhe são impostos.

Dessa forma, o primeiro posicionamento adotado neste estudo configura uma tentativa de superação desses dualismos e de reconhecimento da *dualidade da estrutura* (GIDDENS, 2003)⁶. Parte-se do entendimento de que as crianças, enquanto agentes/atores, agem dentro de um limite pré-estabelecido de regras e recursos, ao mesmo tempo em que suas ações os significam e sistematizam. Pensar a comunicação midiática sob essa lógica é assumir que as relações entre a mídia e os atores não são determinantes de forma unidirecional.

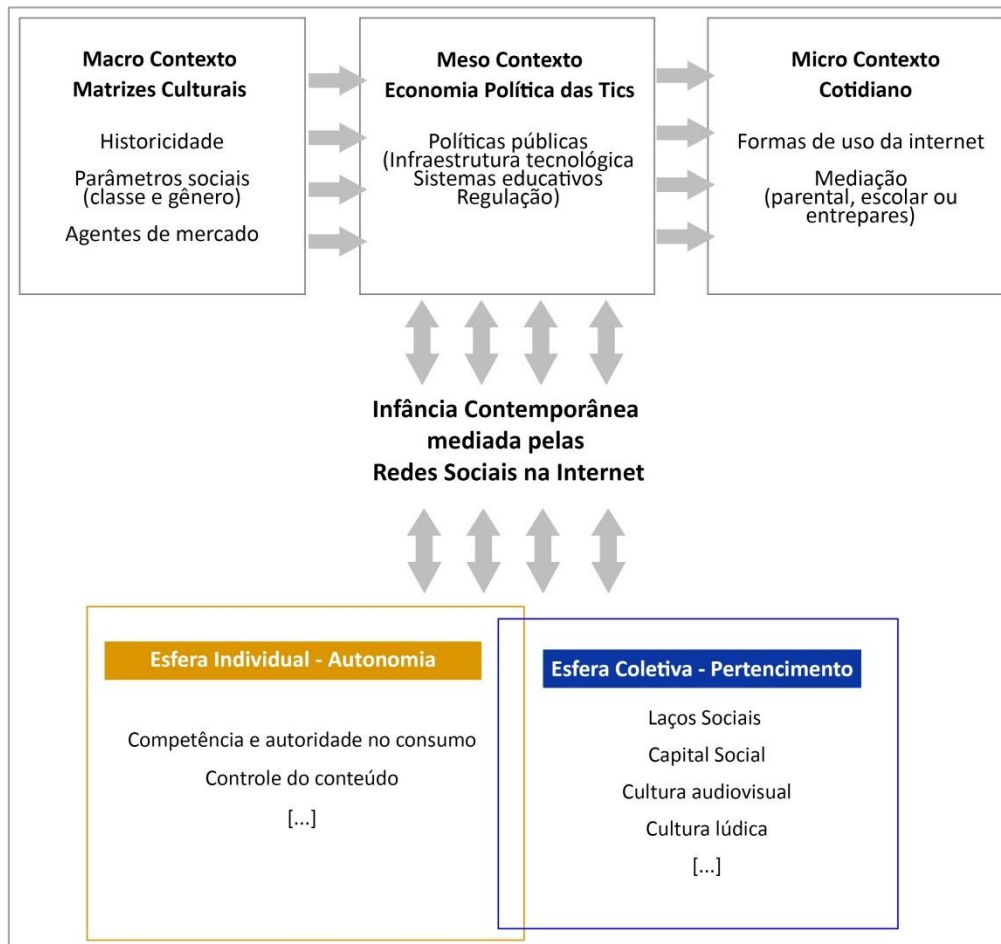
O segundo posicionamento advém da forma como as crianças são consideradas: sujeitos ativos e determinantes das suas próprias culturas, das vidas daqueles com quem interagem e das sociedades em que vivem. Nesse sentido, a Nova Sociologia da Infância, dentre outros pressupostos⁷, prevê que as relações com a família, a escola e o Estado são revisitadas e novos universos de socialização são incluídos, entre eles os grupos de pares e os meios de comunicação. A partir de então, questiona-se não o que essas instâncias produzem em termos de efeitos, mas o que as crianças criam na sua intersecção (SIROTA, 2001).

Por conseguinte, o quadro teórico-analítico (Fig. 1) construído neste estudo retrata a infância mediada culturalmente pelas redes sociais na internet, tendo em vista que esse processo construtivo deve ser questionado e compreendido a partir das forças políticas, sociais, históricas e subjetivas.

⁶ No lugar do dualismo estrutura/ação (agência) – ou ainda sociedade/indivíduo, sujeito/objeto -, Giddens (2003) propõe o reconhecimento da dualidade da estrutura, que significa que a estrutura é tanto condicionante quanto resultante da ação; é fator de constrangimento e de facilitação da agência.

⁷ Dentre eles, destacam-se: (1) o abandono da abordagem desenvolvimentista e da definição de infância da psicologia durkheimiana, que se baseiam nas ideias da universalidade, racionalidade, evolução e passividade; (2) o entendimento da infância como uma construção social; e (3) a valorização da participação das crianças nos assuntos que lhes competem e na construção da sociedade (PROUT; JAMES, 1997; QVOTRUP, 2011; SARMENTO, 2008; 2009; SARMENTO; PINTO, 1997).

Figura 1 - Indicadores do quadro teórico-analítico



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Compreende-se, então, os SRSs como meios através dos quais as crianças podem adquirir valores e construir culturas em uma ambiência que não se prende tanto a lógicas hierárquicas e adultocêntricas. Nesse sentido, a parte inferior do quadro representa os sentidos e as práticas construídos pelas crianças, com necessidades e escolhas próprias da individualidade e de suas culturas de pares⁸. Porém, essa construção se dá com provocações de uma coletividade que se produz e se reproduz por meio de normas

⁸ O pesquisador William Corsaro (2011) cunha o termo “cultura de pares” para demonstrar a importância que as interações entre crianças de idades semelhantes exercem nos seus processos de socialização. Nesse sentido, é por meio de encontros e interações presenciais que as crianças produzem culturas de pares locais. Neste trabalho, estendemos a cultura de pares para além dos espaços físicos, posicionando-a também nas redes digitais.

simbólicas (SOUSA; BRENAND, 2012) estabelecidas ao longo do tempo, de regras e de recursos.

A forma como o quadro foi organizado estabelece um diálogo com a evolução do quadro conceitual adotado pelas pesquisas EU Kids Online (LIVINGSTONE; HADDON, 2012; PONTE, 2012)⁹; com a conceituação de Sarmento (2008) sobre distintas linhas de investigação da Nova Sociologia da Infância, nomeadamente Estudos Estruturais e Estudos Interpretativos¹⁰; e com o estudo de Katz, Gurevitch e Haas (1973) sobre as necessidades sociais e psicológicas do uso de diferentes mídias¹¹.

Metodologia

A pesquisa com crianças em escolas urbanas tem mostrado que, apesar de haver certa familiaridade com o território e com as culturas apresentadas de forma geral, existe certo distanciamento provocado principalmente pelas diferenças entre crianças e adultos, evidenciadas pelo tamanho físico e pela distinta cultura de pares.

Desse modo, realizou-se, entre agosto e novembro de 2018, uma pesquisa exploratória qualitativa para buscar novos indicadores para o quadro teórico-analítico; refinar e definir instrumentos de coleta de dados; e verificar pontos-chave na pesquisa com crianças. Estes últimos incluem a preocupação em se criar ambientes adequados e propícios para as crianças se expressarem sem constrangimentos ou desconfortos; e o uso de estratégias de ordem prática ou operacional que implicam questões de ordem ética, entre elas a garantia de proteção durante e depois da pesquisa em campo, a divulgação dos resultados e o respeito à vontade da participação.

⁹ Rede de pesquisa multinacional que busca aprimorar o conhecimento sobre oportunidades, riscos e segurança *on-line* das crianças, da qual participam investigadores de 33 países, a maioria europeia. O projeto utiliza vários métodos para mapear a experiência da internet de crianças e pais, em diálogo com as partes interessadas das políticas nacionais e europeias. Opera em três níveis: uso individual, mediações sociais e nível cultural ou nacional.

¹⁰ O primeiro deles diz respeito às condições estruturais em que a infância se situa, e o segundo abrange os valores simbólicos e processos de subjetivação orientados e mediados pelos seus universos, através dos quais as identidades são reproduzidas e recriadas.

¹¹ As necessidades são caracterizadas como necessidades cognitivas relacionadas ao aprimoramento de informação, conhecimento e entendimento; necessidades afetivas, referentes às experiências estéticas, emocionais e prazerosas; necessidades integradas, na busca por *status*, credibilidade, confiança e estabilidade e pelo contato com família, amigos e o mundo; e necessidade de escape.

Em coerência com os Estudos da Infância, os métodos utilizados dialogam com a importância de se dar voz às crianças, tanto em questões sociais e jurídicas quanto em questões científicas e no desenvolvimento de pesquisas sobre o tema. Assim, além de esta pesquisa adotar como objeto a infância como uma estrutura em constante transformação, foi necessário se ater às crianças enquanto “objetos” empíricos, participantes do processo de pesquisa, as quais indicaram determinados recortes temáticos em suas próprias perspectivas. Configurou-se, desse modo, um duplo objeto de estudo (SARMENTO, 2008; SARMENTO; PINTO, 1997).

Em um primeiro momento, levando em consideração as dificuldades e os cuidados na entrada em campo característicos da pesquisa com crianças (CORSARO, 2005; DELGADO; MÜLLER, 2005), fez-se uma observação participante em duas turmas (quarto e quinto anos) de uma escola pública municipal localizada no bairro de Nazaré, em Natal-RN. Em um segundo momento, realizou-se entrevistas semiestruturadas com 13 crianças (9 meninas e 4 meninos) que haviam expressamente concordado em participar e estavam autorizadas pelos responsáveis¹².

Após transcritas, as entrevistas foram analisadas e interpretadas de acordo com a análise de conteúdo, quando foram estabelecidas categorias a partir da técnica da análise categorial/temática de Bardin (2011)¹³. Procurou-se estabelecer uma correspondência entre as estruturas semânticas do que foi dito pelas crianças e as estruturas sociológicas tais como valores, comportamentos e motivações vinculados à utilização dos SRSs. Isto é, a fase exploratória se ateve à parte inferior do quadro (Fig. 1) e ao cotidiano das crianças.

O método utilizado e a análise do material possibilitaram a identificação de 14 distintos indicadores, sendo a maior parte deles confirmações de categorias encontradas previamente em pesquisa bibliográfica. Dentre elas, o compartilhamento de dispositivos com membros familiares; a suposta autonomia das crianças enquanto usuárias de tecnologias; a utilização das redes para reforço de amizades existentes, para fazer novos

¹² Foram entregues os termos de consentimento livre e esclarecido (TCLE), de assentimento livre e esclarecido (TALE) e de autorização para gravação de voz. Algumas entrevistas foram realizadas em dupla, devido à timidez das crianças e em sinal de respeito ao seu conforto.

¹³ Optou-se por utilizar os indicadores da pesquisa como as unidades de registro, identificando sua presença ou ausência nas sentenças ditas pelas crianças entrevistadas.

amigos e para o contato com múltiplas audiências; a inclusão social dada pela presença *on-line*; a circulação de cultura audiovisual e de cultura lúdica; e o capital social visto pela óptica da visibilidade, da popularidade e da reputação. Novos indicadores relacionam o uso de SRSs ao *consumo material*; ao *capital econômico*; e a *um novo modo de perceber os meios de comunicação*¹⁴. Neste artigo, esses indicadores são abordados em diálogo com a cultura material e com os capitais social e econômico¹⁵.

Infância, consumo e capital

No campo do micro contexto do quadro teórico-analítico, levou-se em consideração fatores mais relacionados ao cotidiano de cada indivíduo. Entende-se que as formas como as crianças utilizam a internet são constrangidas e habilitadas por fatores externos, incluindo a mediação de seus pais/responsáveis.

Nesse sentido, a maioria das crianças entrevistadas não tinha um aparelho próprio, compartilhando o dispositivo com algum familiar.

Por quê [ter um celular próprio]?

Guilherme: *Você quer assistir uma coisa e seu irmão ou sua mãe quer assistir outra, aí fica uma confusão.*

Você pega esse equipamento [celular] emprestado?

Vanessa: *Emprestado não, eu vou e pego, sem dizer que é emprestado. Escondido. Que às vezes painho não deixa eu ver o celular porque tá muito tarde, mas eu finjo que vou dormir, aí ele vai e pega no sono aí eu vou e levanto e mexo no celular.*

¹⁴ Foram encontrados também indicadores relacionados a *novas formas de aprendizado* e às redes sociais como um *espaço para ativismo*. Estes não serão vistos no âmbito deste artigo por tratarem de campos específicos, como educação e cidadania.

¹⁵ Crítico a uma só forma de capital reconhecida pela teoria econômica, reduzida a trocas mercantis, Bourdieu (1980; 1986) introduz as trocas simbólicas como parte integrante do acúmulo de capital, que pode se apresentar em três formas: capital cultural, capital econômico e capital social. Neste artigo serão trabalhados os dois últimos. O capital econômico é imediata e diretamente conversível em dinheiro e pode ser institucionalizado sob a forma de direitos de propriedade. Já o capital social é entendido como recursos efetivos ou potenciais ligados a uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas, baseadas em trocas simbólicas ou materiais e na proximidade (parentesco, vizinhança, etc.). Como foi pensado no contexto das aristocracias e círculos burgueses, o volume de capital social que um sujeito possuía dependia da extensão da rede de relações que ele poderia efetivamente mobilizar e de outros tipos de capital que os membros do grupo possuíssem. Com base no vínculo entre relações sociais e capital social, Recuero (2009) se apropria do conceito para entendê-lo no contexto das ambiências digitais. Ancorada em outras abordagens, como as de Putnam (2000) e Coleman (1988), a pesquisadora atribui quatro valores que circulam em rede e contribuem para o seu acúmulo, revisitados no decorrer deste artigo.

O compartilhamento ativa negociações no espaço doméstico que remetem ao que Silverstone, Hirsch e Morley (1996) chamam de *economia moral da família e do lar*, no âmbito dos estudos da domesticação das mídias¹⁶. Dentre outros aspectos, nessa dinâmica estão presentes decisões a respeito de onde a tecnologia midiática deve ser posicionada na casa, quem pode usá-la, em que momentos do cotidiano e de que forma (CHAMBERS, 2016; SILVERSTONE; HIRSCH; MORLEY, 1996). Desse modo, instalam-se disputas de poder entre os moradores envolvidos nos usos do celular em casa, as quais abrangem questões relativas à idade e à autoridade.

Essas disputas contrariam a suposta autonomia das crianças enquanto consumidoras e usuárias de tecnologias. No contexto do consumismo global e da globalização cultural do século XX, as crianças passaram a ter acesso direto às mercadorias e a interagir diretamente com os produtos comerciais através da propaganda na televisão e por outros meios de comunicação (STEARNS, 2006; BUCKINGHAM, 2012).

Logo, os jovens com frequência passaram a participar de pesquisas de mercado e a incorporar certo perfil de liderança no ambiente doméstico pela maior familiaridade e competência com o consumo. Nessa lógica, os SRSs tornaram-se espaços para um tipo de empoderamento infantil que evidencia o papel protagonista das crianças e as coloca em uma posição mais igualitária diante dos adultos (MARÔPO; SAMPAIO; MIRANDA, 2018).

Assim, a lógica da criança que não sabia e precisava ser ensinada pelo adulto (BELLONI, 2009) foi, de certo modo, relativizada, sobretudo quando se leva em consideração o manuseio de interfaces físicas e o reconhecimento de interfaces digitais. Isto pode ser ilustrado pelo fato de as crianças relatarem que geralmente seus pais ou avós pedem ajuda para mexer no celular, enquanto elas “aprendem sozinhas¹⁷”. Observou-se, no entanto, que esse fenômeno é intergeracional na medida em que os avós foram mais

¹⁶ Estudos que analisam os modos pelos quais o espaço social e cultural da casa e das dinâmicas sociais dos moradores são reconfigurados pelas TICs.

¹⁷ Conforme frase dita por Natasha, quando questionada se já perguntou aos pais como mexe em algo no celular: “*eu não, a gente aprende sozinha*”. Contudo, não se avaliou o nível de habilidade nem o que a criança entende por “saber utilizar um celular”.

citados do que os pais, o que indica também a possibilidade de aproximação entre as culturas midiáticas de adultos e crianças e de gerações mais próximas.

Na esfera da coletividade, do produzir e criar sentido para e com o outro, identificou-se o primeiro novo indicador que relaciona a utilização de SRSs à cultura material em dois âmbitos: a posse de telefones celulares e a corporificação de valores e comportamentos.

Desde que nascem, as crianças são inscritas em um sistema sígnico de consumo e precisam fazer escolhas e identificar-se com determinados gostos e personagens para, a partir de então, serem “aceitas” em determinados grupos. Estes vão compartilhar os mesmos interesses, comportamentos e hábitos. Desse modo, fazer parte de uma rede na internet e de um grupo inclui, na maioria dos casos, a posse de um celular, muitas vezes citado de forma específica.

Com que frequência vocês assistem TV? Todo dia...?

Cris: *Não...*

Natasha: *Sim.*

Cris: *Todo dia, Natasha?*

Natasha: *Sim, eu não tenho celular, eu posso fazer o quê? Vou ganhar o meu sábado. Um J4.*

Assim, muitas vezes vista de maneira condenatória¹⁸, a posse desse dispositivo representa a continuidade de uma cultura de consumo na infância fabricada na modernidade, a qual permeia os processos de socialização em todas as fases da vida. No lugar de perceber o consumo como desperdício da essência humana em mero materialismo, é preciso “criar uma compreensão mais profunda da especificidade de uma humanidade inseparável de sua materialidade” (MILLER, 2007, p. 47). Isto é, compreender de que forma o consumo do celular e dos SRSs faz parte da construção das crianças enquanto sujeitos sociais e reflete os processos de socialização contemporâneos.

Há, nesse contexto, uma identificação mediada pela posse e consumo de bens tecnológicos, os quais atribuem sentido e sensação de pertencimento para as crianças

¹⁸ Miller (2007) discorre sobre a noção duradoura nos estudos do consumo e da cultura material que entende a cultura de mercadorias como algo que contamina os indivíduos puros ou as relações sociais puras. Quando se adota a perspectiva do consumo na infância, essa noção ganha maiores proporções pela óptica da proteção e preservação da inocência e da vulnerabilidade das crianças frente ao mercado e à mídia.

(ALCÂNTARA; GUEDES, 2014; MARTINELI; MOÍNA, 2009). De modo semelhante, a utilização de SRSs se comporta como um ato de consumo que incorpora valores simbólicos materializados pela imagem visual e pelos mecanismos sociais das redes, como número de visualizações, seguidores e comentários.

As materialidades presentes na lógica de consumo em rede representam valores que contribuem para o acúmulo de capital social, nomeados por Recuero (2009) como *visibilidade* (derivado da própria presença do ator na rede), *reputação* (uma percepção qualitativa, a forma como os outros atores veem alguém), *popularidade* (relacionada ao número de conexões ou relações do ator na rede) e *autoridade* (referente à influência do ator sobre os demais). Na análise de conteúdo das entrevistas, identificou-se a apropriação dos três primeiros.

A visibilidade deriva da necessidade de tornar público os momentos vivenciados ou as produções na rede. Em tese sobre *youtubers* mirins, Tomaz (2017b) aponta a busca por visibilidade como um valor iminente da cultura contemporânea e destaca a importância que as temáticas do universo infantil ganham ao serem deslocadas do âmbito privado para o público através das produções midiáticas. A autora ressalta a singularidade da infância contemporânea, que também representa um tempo específico para as crianças serem antes de crescerem. Existe, então, uma possibilidade de visibilizar-se no espaço público, “existir socialmente através de perfis e ações em redes sociais *on-line*” (TOMAZ, 2017b, p. 75).

Embora haja uma diferença entre seus sujeitos de análise (*youtubers* celebridades) e os sujeitos entrevistados neste trabalho (crianças “comuns”, que não são celebridades em rede), percebeu-se a visibilidade como uma lógica imbricada no uso dos SRSs e, portanto, presente no consumo midiático dos jovens. Pedro, por exemplo, não vê lógica na produção de conteúdo que não seja publicizada:

Pedro: *Ele não tá fazendo mais vídeo.*

Carlos: *Tô sim, tô deixando privado, que tá muito ruim.*

Pedro: *Então por que tu posta se não deixa as pessoas ver?*

No mesmo trecho, nota-se a preocupação de Carlos com a qualidade do seu vídeo e, portanto, com a sua reputação. De modo semelhante, a postura de Natasha evidencia a preocupação com a sua imagem e com um padrão estético vigente:

Você compartilha muito conteúdo on-line? O que você compartilha?
Natasha: *Fotos...* [fotos de quê?] *Fotos de quando a gente tá bonita e quando o lugar é bonito.*

Essa atenção alude à reflexão de Ponte (2016, p. 23) sobre a partilha de conteúdos visuais. A pesquisadora acentua que os meios digitais são “marcados pela facilidade em agregarem a captação e rápida difusão e partilha de conteúdos visuais (instantes, cenas, *selfies*...), num circuito de produção de imagens por utilizadores, que decidem onde as colocam, sob que condições de visibilidade”. Ainda complementa:

A apresentação e a revelação na rede são experiências sensíveis vividas por crianças e adolescentes na sua socialização e experiência digital, onde estão expostos ao olhar dos outros. A preocupação com o que colocam e que favoreça a boa “imagem de si” nas redes sociais é acompanhada pelo receio de imagens, vídeos ou comentários que os desfavoreçam perante os seus pares, colocados muitas vezes por familiares e amigos que não se apercebem dos seus efeitos (PONTE, 2016, p. 21).

Por fim, a popularidade é lida por três vieses: (1) pela importância dada aos números, que representam a aprovação ou reprovação de determinada publicação; (2) pela relevância social da criança na rede, às vezes minimizada quando comparada à posição de celebridades; e (3) por uma estreita ligação das crianças com o capital econômico.

Você tinha muitos amigos?
Pedro: *Uns 332 seguidores*
Muitos né?
Pedro: *Daí? Duda tem 416*
Carlos: *Só?*
Pedro: *É...*
Você acha um número alto ou baixo?
Pedro: *Baixo... Outras pessoas, tipo, tipo Pablo Vittar, Anitta... Entendeu? Eles têm mais de zilhões de seguidores.*
E você tinha vontade de ter mais seguidores?
Pedro: *Tinha... Tinha* [ênfatisando que não usa mais, pois perdeu a conta].

[...]

E você, Carlos, quais redes sociais você tem?

Carlos: *Instagram, Facebook, WhatsApp, Messenger, Twitter. Gosto mais do Twitter e do Instagram.*

Por que você gosta mais dessas? Por exemplo, por que o Instagram é melhor?

Carlos: *Porque tenho mais seguidores.*

Por que você fez um perfil nessas redes todas?

Carlos: *Por causa do meu canal.*

E por que você fez um canal no YouTube?

Carlos: *Pra ganhar dinheiro.*

[...]

Quem te instruiu a fazer vídeos para ganhar dinheiro?

Carlos: *Ninguém.*

A situação relatada por Carlos revela um segundo novo indicador trazido para a investigação: a conversão do capital social em capital econômico como uma estratégia pensada pelas crianças, a partir da qual o acúmulo daquele aparece como um esforço com fins prioritariamente financeiros. Isto é, no caso desta criança, o trabalho de sociabilidade empenhado em prol da visibilidade, da reputação, da popularidade e da autoridade tem como objetivo maior as trocas materiais. Desse modo, o capital social constitui um meio para o fim.

Sublinha-se, ainda, que um mínimo de capital econômico é necessário para que as crianças possam ter acesso a determinados dispositivos para criar seus conteúdos e inserir-se em um grupo. Uma vez que isto ocorre, é criado um círculo no qual o capital social se desprende da dependência daquele e pode ainda ser constantemente convertido em dinheiro.

Os valores de capital social também se ligam ao fato de que as crianças veem nos SRSs a oportunidade para reforço e potencialização de relacionamentos já existentes. Sobre isso, Quinn e Oldmeadow (2013) demonstraram que o sentimento de pertencimento a um grupo de amizade mostrou-se significativamente maior entre usuários de dispositivos móveis. O estudo coloca em evidência o que eles chamam de *Efeito Martini*¹⁹

¹⁹ O termo se relaciona ao *slogan* publicitário da bebida Martini, nos anos 1980, “*Anytime, Anyplace, Anywhere*” (em qualquer hora, em qualquer local, em qualquer lugar). Com os avanços das tecnologias móveis, hoje as pessoas podem se conectar praticamente sem limites de tempo e espaço, fenômeno chamado pelos autores de *Martini Effect* (Efeito Martini) (QUINN; OLDMEADOW, 2013, p. 238).

aplicado às crianças, que utilizam os dispositivos móveis para acessar SRSs e conectar-se a amigos da escola (QUINN; OLDMEADOW, 2013).

Stasova e Khynova (2012) reafirmam esse posicionamento ao mostrar que crianças que não podem ou não querem utilizar redes sociais na internet podem ser excluídas do seu grupo social diário pela opinião pública dos pares. Nesse sentido, uma das entrevistadas, Vanessa, afirma:

A maioria dos meus amigos tudinho tem [perfil em SRS], mas algumas pessoas que eu conheço não têm, e eu também não tenho, aí eu sinto meio, eu sinto meio excluída porque não tenho... A maioria das pessoas tem, eu me sinto meio excluída mesmo mas... Acho que a gente tem que agradecer pelo que tem mesmo né? Assim...

Acessar e fazer parte de uma rede *on-line* tornou-se, então, um importante instrumento de sociabilidade e inclusão social. Notou-se que, mais do que fazer novos amigos, as crianças entrevistadas desejam reforçar as redes sociais que já construíram em outras ambiências (sobretudo escolar e familiar)²⁰.

A produção e consumo de cultura audiovisual e cultura lúdica aparecem também como um fator predominantemente coletivo. A cultura audiovisual é caracterizada principalmente pelos vídeos assistidos no YouTube, a atividade mais citada entre os sujeitos desta pesquisa, além de se relacionar ao compartilhamento e ao consumo de imagens, potencializado pelos *sites* que priorizam a linguagem imagética (como o Instagram). Por sua vez, a cultura lúdica revela o universo de brincadeiras das crianças, transferido parcialmente para as ambiências digitais e *on-line*. Ao ser questionado sobre o que mais gosta do Instagram, Carlos responde: “*ver os meninos empinando [...]*”. Assim, as redes sociais na internet podem ser vistas também como novos espaços para o brincar.

As práticas lúdicas em ambiências digitais são justificadas na medida em que há uma possibilidade de recursos multimidiáticos e de interatividade que contribuem para cativar a criança que manipula os dispositivos a partir de seus próprios interesses e ritmo (ALCÂNTARA; OSÓRIO, 2013). Nesse sentido, os sistemas computacionais que

²⁰ Ainda assim, algumas crianças afirmaram utilizar a rede também para construir novas amizades, como Laura: “*Sim, bastante [respondendo se tinha amigos que não conhecia pessoalmente, apenas on-line]. Mandou solicitação, aceitei, sei nem quem é. Muita gente eu não aceito, mas muita eu aceito*”.

simulam o comportamento humano ou possibilitam que outras crianças brinquem do outro lado da tela oferecem uma experiência mais personalizada. Esse fenômeno ilustra as ressignificações e reapropriações de objetos e produtos midiáticos criadas tanto pelas crianças em suas práticas de consumo, quanto a partir das estratégias de *marketing* dos agentes de mercado (MARTINELI; MOÍNA, 2009).

Finalmente, o terceiro novo indicador sinaliza, ainda que de forma incipiente, uma espécie de reconfiguração do conceito de meio de comunicação, que, na visão de algumas crianças, é entendido a partir da possibilidade de interação, autoexpressão e comunicação, características fundantes dos SRSs.

Vocês acham que TV é um meio de comunicação?

Pedro: *Não, só dá pra ouvir, não dá pra falar não.*

E revista?

Pedro: *Não, é só pra ver mesmo, e comprar.*

Cinema?

Pedro: *Não né, que cinema não pode falar. Só no final do filme.*

Vocês acham que TV é um meio de comunicação?

Rafael: *Acho que sim.*

Guilherme: *Acho que não.*

Por quê?

Guilherme: *Porque a gente não pode falar com a outra pessoa na televisão.*

Rafael: *Eu não consigo me comunicar pela TV, mas ela me fala, vamos dizer assim.*

Em uma primeira análise, embora o termo utilizado na entrevista tenha sido “meio de comunicação”, cujo sentido básico pode ter influenciado as perspectivas adotadas pelos entrevistados, os posicionamentos ilustrados pelos discursos de Pedro e Guilherme ressaltam dois aspectos. O primeiro deles tem relação direta com a construção social da criança enquanto consumidora autônoma, ou seja, enquanto o sujeito que consome de forma ativa e participativa e se visibiliza no espaço público. O segundo deles sublinha a centralidade dos processos comunicacionais na contemporaneidade e na infância. Para isso, recorre-se à expressão barberiana de *mediações comunicativas da cultura* e ao papel da tecnicidade.

Martín-Barbero (2009) apresenta três grandes mediações culturais identificadas na América Latina a partir de seu estudo com a televisão: *cotidianidade familiar*,

temporalidade social e competência cultural. Para ele, o meio opera social e culturalmente a partir de situações primordiais de reconhecimento, referências e experiências culturais que ocorrem a partir das relações familiares, do contexto em que a pessoa está inserida e do repertório cultural de cada um. Assim, passa a pensar os processos de comunicação a partir da cultura, e não das tecnologias.

Sua obra, no entanto, apresenta modificações de acordo com as transformações dos aspectos comunicacionais observadas na contemporaneidade. De *mediações culturais da comunicação*, o antropólogo e filósofo colombiano passa a investigar as *mediações comunicativas da cultura*, uma vez que a comunicação se torna a protagonista da vida cultural e social das pessoas.

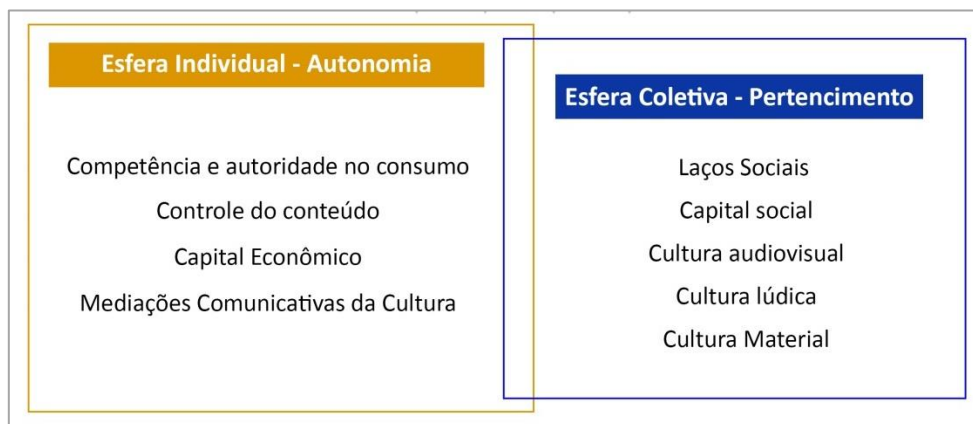
É no contexto do desenvolvimento e da expansão das TICs e da convergência digital que a tecnicidade passa a ser reconhecida como um tipo novo e particular de mediação, que remete principalmente a novos modos de percepção, de linguagem e de expressão, a novas sensibilidades e práticas (LOPES, 2014).

Porque na técnica há novos modos de perceber, ver, ouvir, ler, aprender, novas linguagens, novos modos de expressão, de textualidades e escrituras. [...] A tecnicidade não é da ordem do instrumento, mas da ordem dos saberes, da constituição de práticas produtoras de inovações discursivas, dos modos de percepção social. [...] (LOPES, 2014, p. 74).

A tecnicidade, assim, contribui para a construção de uma percepção social que relaciona a agência aos processos comunicacionais ativos. Isto é, essa mediação vincula o ator e sujeito social (neste caso, as crianças) à possibilidade de expressar-se e comunicar-se e, portanto, configura um novo sentido para os meios de comunicação.

A partir das análises relatadas, acrescentou-se à parte inferior do quadro teórico-analítico três novos indicadores: capital econômico, mediações comunicativas da cultura e cultura material (Fig. 2). Tais categorias indicam pistas de leitura para os passos subsequentes do projeto em andamento.

Figura 2 - Parte do quadro teórico-analítico após pesquisa exploratória



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Considerações finais

A investigação da infância em sua interlocução com a mídia vem se mostrando um desafio teórico na medida em que é preciso articular distintas disciplinas do campo científico. De modo semelhante, é necessário empreender um esforço metodológico, posto que os aspectos éticos para a pesquisa de campo diferem dos procedimentos adotados em outros métodos empregados nos estudos de mídia. Em vista disso, a pesquisa exploratória mostrou-se essencial para os aspectos teórico-metodológicos empregados na investigação.

Para além dos indicadores encontrados previamente em pesquisas bibliográficas, a relação dos sentidos e práticas das crianças em seus universos *on-line* com a cultura material aparece de forma central na pesquisa e sinaliza a necessidade de compreender os processos de socialização infantil sob a perspectiva do consumo. Tal aspecto pôde ser visto a partir de três pontos.

O primeiro ressalta a autonomia das crianças enquanto consumidoras, construída ao longo da globalização cultural no século XX e reforçada a partir do uso de interfaces físicas e digitais. Essa construção relativiza a lógica da criança que não sabia e precisava ser ensinada pelo adulto. Desse modo, o consumo permeia as disputas de poder no espaço doméstico entre as crianças e seus pais/avós, que em muitos casos compartilham dispositivos tecnológicos.

O segundo se insere no contexto de consumo de bens materiais, quando se observa que a posse de celulares está ligada à sensação de pertencimento da criança em um grupo/comunidade. A compra e utilização desses objetos também representam a continuidade de uma cultura de consumo na infância fabricada na modernidade.

O terceiro ponto sublinha a centralidade dos aspectos simbólicos nos processos de consumo: o uso de *sites* de redes sociais se liga à cultura de consumo na medida em que valores simbólicos do capital social, como visibilidade, popularidade e reputação, são materializados e medidos pela imagem visual e pelos mecanismos sociais das redes. Assim, identifica-se que as crianças organizam lógicas de conversão de capital social em capital econômico.

Por fim, a reconfiguração acerca do conceito de meio de comunicação, pensado por algumas crianças a partir da possibilidade de interação, autoexpressão e comunicação, sinaliza a tecnicidade enquanto mediação cultural central e reforça a presença das mediações comunicativas na vida social.

Junto a essas categorias de análise, este estudo trouxe questões que precisam ser investigadas e repensadas nas pesquisas sobre a infância: como as culturas audiovisual e lúdica em rede podem ser lógicas organizadoras da cultura de pares e da produção cultural contemporânea das crianças; em que medida as TICs permitem compreender os meios de comunicação e, sobretudo, as mídias, mais enquanto processos comunicacionais culturais e menos enquanto produtos ou instituições; e como a cultura de consumo se insere nos processos de socialização infantis, articula novas práticas e sentidos ao longo das gerações e capitaliza e visibiliza as crianças na sociedade.

Referências

- ALCÂNTARA, Alessandra; GUEDES, Brenda (Orgs.). **Culturas infantis do consumo: práticas e experiências contemporâneas**. São Paulo: Pimenta Cultural, 2014.
- ALCÂNTARA, Alessandra; OSÓRIO, Antônio J. Os amigos do Facebook: espaços lúdicos e relações sociais da infância contemporânea. In: PALHARES, José Augusto; AFONSO, Almerindo Janela (Orgs.). **O não-formal e o informal em educação: centralidades e periferias**, v. 3. Braga: Atas do I colóquio internacional de ciências sociais da educação, 2013, p. 1312-1320.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

- BELLONI, Maria Luiza. **O que é sociologia da infância**. Campinas: Autores Associados, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. The forms of capital. In: RICHARDSON, John. **Handbook of theory and research for the sociology of education**. Westport, CT: Greenwood, 1986, p. 241-258.
- BOURDIEU, Pierre. O Capital Social - Notas Provisórias. In: NOGUEIRA, Maria Alice; CATANI, Afrânio (Orgs.). **Escritos de educação**. 9. ed. Petrópolis: Vozes, [1980] 2007, p. 65-70.
- BOYD, Danah; ELLISON, Nicole B. Social Network Sites: definition, history and scholarship. **Journal of Computed-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, out. 2007.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- BUCKINGHAM, David. Repensando a criança-consumidora: novas práticas, novos paradigmas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 25, p. 43-72, ago. 2012.
- CHAMBERS, Deborah. The domestication of media technology. In: _____. **Changing media, homes and households: cultures, technologies and meanings**. New York: Routledge, 2016, p. 44-64.
- COLEMAN, James S. Social capital and the creation of human capital. **American Journal of Sociology**, n. 94, p. S95-S120, 1988.
- CORSARO, William. Entrada no campo, aceitação e natureza da participação nos estudos etnográficos com crianças pequenas. **Educação e sociedade**, v. 26, n. 91, p. 443-464, 2005.
- CORSARO, William. **Sociologia da Infância**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed Editora, 2011.
- DELGADO, Ana Cristina C.; MÜLLER, Fernanda. Em busca de metodologias investigativas com as crianças e suas culturas. **Cadernos de Pesquisa**, v. 35, n. 125, p. 161-179, 2005.
- FALCÃO, Patrícia Mirella; MILL, Daniel. A criança e seu fascínio pelo mundo digital: o que o discurso nos revela. **Tecnologia e Sociedade**, v. 14, n. 30, p. 136-153, jan./abr. 2018.
- GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- KATZ, Elihu; GUREVITCH, Michael; HAAS, Hadassah. On the use of the mass media for important things. **American Sociological Review**, v. 38, n. 2, p. 164-181, 1973.
- LIVINGSTONE, Sonia; HADDON, Leslie. Theoretical framework for children's internet use. In: LIVINGSTONE, Sonia; HADDON, Leslie; GÖRZIG, Anke (Eds.). **Children, risk and safety on the internet: research and policy challenges in comparative perspective**. Bristol, UK: Policy Press, 2012, p. 1-14.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, v.8, n.1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

MARÔPO, Lídia; SAMPAIO, Inês V.; MIRANDA, Nut P. Meninas no YouTube: participação, celebração e cultura do consumo. **Estudos em Comunicação**, v. 1, n. 26, p. 175-195, mai. 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, [1997] 2009.

MARTINELLI, Fernanda; MOÍNA, Alessandra. Comunicação, consumo e entretenimento no universo infantil: o celular como telefone ou brinquedo? In: VIVARTA, Veet (Coord.). **Infância e consumo**: estudos no campo da comunicação. Brasília: ANDI; Instituto Alana, 2009, p. 59-70.

MILLER, Daniel. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.

PONTE, Cristina. Kids Online na Europa e no Brasil. Desafios para a pesquisa comparada sobre as práticas de crianças e adolescentes na internet. **Comunicação, Mídia e Consumo**, ano 9, v. 9, p. 13-42, ago. 2012.

PONTE, Cristina. Crescendo em tempos digitais: as crianças e os jovens na relação com os media digitais. **Digital Media Portugal**. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), p. 15-26, 2016.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PRENSKY, Marc. Digital natives, digital immigrants. **MCB University Press**, v. 9, n. 5, out. 2001.

PROUT, Allan; JAMES, Allison. A new paradigm for the sociology of childhood?: provenance, promise and problems. In: PROUT, Allan; JAMES, Allison. **Constructing and reconstructing childhood**: contemporary issues in the sociological study of childhood. London: Routledge, 1997. p. 7-33.

PUTNAM, Robert D. **Bowling alone**: the collapse and revival of american community. New York: Simon e Schuster, 2000.

QUINN, Sally; OLDMEADOW, Julian A. Is the igeneration a ‘we’ generation? Social networking use among 9- to 13-year-olds and belonging. **British Journal of Developmental Psychology**, v. 31, p. 136-142, 2013.

QVOTRUP, Jens. Nove teses sobre a “infância como um fenômeno social”. Trad. Maria Leticia Nascimento. **Pro-Posições**, v. 22, n. 1, p. 199-211, jan./abr. 2011.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SARMENTO, Manuel J. **As culturas da infância nas encruzilhadas da 2ª modernidade**. Braga: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 2003. (texto digitado).

SARMENTO, Manuel J. Sociologia da Infância: Correntes e Confluências. In: SARMENTO, Manuel J.; GOUVÊA, Maria Cristina S. (Orgs.). **Estudos da Infância**: educação e práticas sociais. Petrópolis: Vozes, 2008, p. 17-39.

SARMENTO, Manuel J. Estudos da infância e sociedade contemporânea: desafios conceituais. **O Social em Questão**, ano 20, n. 21, p. 15-30, 2009.

SARMENTO, Manuel J.; PINTO, Manuel. As crianças e a infância: definindo conceitos, delimitando o campo. In: PINTO, Manuel; SARMENTO, Manuel J. (Coords.) **As crianças: contextos e identidades**. Braga: Universidade do Minho, 1997, p. 9-30.

SILVERSTONE, Roger; HIRSCH, Eric; MORLEY, David. Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia. In: SILVERSTONE, Roger; HIRSCH, Eric. (Orgs.). **Los efectos de la nueva comunicación: el consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia**. Barcelona: Bosch, 1996, p. 39- 57.

SIROTA, Regine. Emergência de uma sociologia da infância: evolução do objeto e do olhar. **Cadernos de Pesquisa**, n. 112, p. 7-31, mar. 2001.

SOUSA, Nadia J.; BRENAND, Edna. Ser/estar junto juvenil na contemporaneidade: um olhar de Bauman e Maffesoli. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 9, n. 24, p. 245-264, mai. 2012.

STASOVA, Leona; KHYNOVA, J. Internet social networks as important agents of social inclusion for contemporary children and youth. **SHS Web of Conferences...**, 2. Les Ulis: EDS Science, 2012.

STEARNS, Peter N. **A infância**. São Paulo: Contexto, 2006.

STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe. L. **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

TAPSCOTT, Don. **Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da geração net**. São Paulo: Makron Books, 1999.

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

TOMAZ, Renata. Infância e mídia: breve revisão de um campo em disputa. **Contracampo**, v. 35, n. 3, p. 272-294, dez. 2016/mar. 2017a.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer? – youtubers, infância e celebridade**. 2017. 232 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017b.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 04/11/2019
Aprovado em: 29/01/2020

Youtubers mirins e os vídeos *unboxing*: uma reflexão sobre a criança conectada nas tramas da publicidade contemporânea

Young youtubers and unboxing videos: a reflection on contemporary advertising and the web-connected child

Marcelo de ANDRADE¹
Gisela G. S. CASTRO²

Resumo

O objetivo deste artigo é problematizar um tipo específico de produção midiática que tem despertado crescente atenção e angariado um conjunto significativo de novos adeptos nos últimos anos: os chamados vídeos *unboxing*, veiculados em canais do YouTube. Por meio da análise crítica, argumentamos que esses vídeos, protagonizados por *youtubers* mirins, constituem um ambiente de forte associação entre a publicidade e as lógicas do entretenimento, uma espécie de brecha utilizada para interpelar as crianças como consumidoras e produzir subjetividades. À revelia das regulamentações que normatizam a publicidade infantil no Brasil, diversão e promoção de produtos se tornam indissociáveis e interdependentes nessa inquietante nova maneira de brincar da criança conectada às redes sociais *on-line*, como apontam os resultados da investigação.

Palavras-chave: Comunicação e consumo. Publicidade infantil. *Unboxing*. YouTube. *Youtuber* mirim.

Abstract

The aim of this paper is to problematize a specific type of media production that has attracted growing attention and a significant number of new fans in recent years: the so-called unboxing videos, which are shown on YouTube channels. Through critical analysis we argue that unboxing videos, starred by young youtubers, constitute an environment of strong association between advertising and the logics of entertainment, a kind of gap used

¹ Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo pelo PPGCOM ESPM/SP com bolsa PROSUP/CAPES. Pesquisador integrante do GRUSCCO - Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo. Professor universitário com experiência na área de Publicidade e Propaganda, Comunicação e Design, com ênfase em Comunicação Digital. E-mail: marcelo_dandrade@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0002-5300-9258.

² Psicóloga, mestre e doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ) com pós-doutorado em Sociologia no Goldsmiths College (University of London). Docente do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Práticas de Consumo (ESPM-SP), coordena o Grupo CNPq de Pesquisa em Subjetividade, Comunicação e Consumo (Grusco) e o GT Comunicação, consumo e subjetividade no Comunicon. E-mail: gcastro@espm.br. ORCID: 0000-0003-0662-3770.

by marketing specialists to approach children as consumers and to produce subjectivities. In spite of current regulations for children's advertising, as pointed out by the research results, the promotion of products and having fun become inseparable and interdependent in this unsettling new way of playing adopted by children connected to online social networks.

Keywords: Communication and consumption. Advertising for children. Unboxing. YouTube. Young youtubers.

Introdução

Nos últimos anos, tem crescido o acesso a plataformas digitais para um contingente crescente de brasileiros. Tomando por base a pesquisa TIC Domicílios³, realizada anualmente pelo Cetic.br⁴ (Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação), observa-se que a presença da internet nos lares brasileiros tem aumentado ano a ano. Em 2018, cerca de 67% das residências brasileiras possuíam acesso à internet. Em 2016 e 2017, o montante correspondia a 54% e 61% respectivamente (CGI.Br, 2019; 2018; 2017). Trata-se, sem dúvida, de um aumento significativo em termos de novas formas de comunicação, interação e sociabilidade para um grupo crescente de brasileiros conectados às redes sociais *on-line*.

Diante desse panorama, chama atenção o conjunto de pequenos internautas que também se apropriam desses ambientes digitais. Dados da pesquisa TIC Kids Online⁵ – realizada também pelo Cetic.br – apontam que, em 2018, cerca de 86% das crianças e adolescentes com idade entre 9 e 17 anos acessavam a internet com frequência no Brasil. Se refinarmos os dados da pesquisa com a finalidade de contemplar a menor idade referenciada pelo estudo - crianças entre 9 e 10 anos - o número de usuários nessa faixa etária atingiu, em 2018, a marca de 77%, percentual superior ao verificado tanto em 2017 (74%) quanto em 2016 (68%). De modo pragmático, podemos considerar que, na atual conjuntura, 7 em cada 10 crianças brasileiras possuem acesso à grande rede.

³ Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/domicilios/2018/domicilios/A4/>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

⁴ O Cetic.br tem por objetivo monitorar a adoção das tecnologias de informação e comunicação (TIC), em particular, o acesso e o uso de computador, internet e dispositivos móveis. Foi criado em 2005 e é um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br), uma entidade civil, sem fins lucrativos, que implementa decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet no Brasil.

⁵ Disponível em: <<https://www.cetic.br/tics/kidsonline/2018/criancas/A1C/>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

Seguindo uma curva ascendente que caminha na mesma direção, a disponibilidade de conteúdo voltado ao público infantil no ecossistema digital também vem aumentando e já representa uma parcela considerável das produções que estão disponíveis no YouTube, por exemplo. Em estudo realizado pelo ESPM Media Lab em 2015, Luciana Corrêa identificou que dos 100 canais com maior audiência na plataforma de vídeos, 36 deles eram direcionados ou continham conteúdo voltado ao público infantil (CORRÊA, 2015). Ao atualizar a pesquisa, em 2016, Corrêa constatou que o número de canais com apelo ao público infantil havia saltado para 48 em cada 100 (CORRÊA, 2016). Desse modo, entre os canais mais populares na divisão brasileira do *site*, praticamente a metade deles produzem ou compartilham, em alguma medida, conteúdos que são endereçados às crianças.

Embora o Google, empresa responsável pelo YouTube, apresente em suas políticas de uso a informação de que no Brasil a idade mínima para se ter uma conta na plataforma é de 18 anos⁶, o que se verifica é uma significativa profusão de canais destinados ao público infantil.

Não por acaso, frente à crescente adesão de crianças à plataforma, bem como ao aumento progressivo na oferta de entretenimento para o público infantil, o YouTube se estabelece como um espaço oportuno para que diferentes empresas fabricantes de produtos infantis possam interpelar seus pequenos consumidores. No entanto, tal interpelação não se vale dos já consagrados *breaks* comerciais, mas ocorre por meio da inserção publicitária imbricada às próprias produções de entretenimento.

Este artigo é um desdobramento de pesquisa acadêmica que buscou compreender como o crescente número de crianças conectadas nas redes digitais propicia a produção de novas subjetividades, bem como o surgimento de novos modos de interpelar a criança enquanto consumidora. Para tanto, nos debruçamos sobre um formato que tem ganhado destaque nos últimos anos: os chamados vídeos *unboxing*. Termo em inglês cuja livre tradução seria “tirar da caixa”, os vídeos *unboxing* apresentam produtos sendo desembalados de maneira informal e divertida, ao mesmo tempo em que são demonstrados com riqueza de detalhes. De acordo com o ESPM Media Lab, o número de

⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/t/terms>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

visualizações dos vídeos *unboxing* cresceu 975% de 2015 para 2016. Esse crescimento exponencial na audiência de vídeos nesse formato despertou a atenção também do mercado publicitário, uma vez que tem a capacidade de demonstrar tanto as características técnicas dos produtos, quanto as formas de uso e as experiências por eles proporcionadas.

Para refletir sobre como o mercado publicitário se apropria das produções culturais das crianças no YouTube, tomamos como objeto empírico o *Canal da Lulu*, protagonizado pela *youtuber* Luíza Sayuri. Por meio da plataforma SocialBlade⁷, identificamos os 200 canais mais populares no YouTube Brasil e definimos três critérios para o nosso recorte: 1) o canal deveria ser protagonizado por uma criança de até 12 anos de idade; 2) deveria pertencer à categoria *entretenimento* no YouTube; 3) ter mais de 1.500.000 de inscritos. Desse modo, dentre os 200 canais listados inicialmente, identificamos 10 que se enquadravam nos três critérios. Para chegar ao *Canal da Lulu*, elegemos a idade dos protagonistas dos canais como a regra de corte. Com apenas 5 anos de idade, Luíza foi a *youtuber* com a menor idade informada nos 10 canais que abarcavam os critérios definidos inicialmente. Trabalhamos com a metodologia de análise crítica, a qual busca descrever e interpretar o que se observa no campo empírico com base na fundamentação teórico-conceitual da pesquisa e, assim, trazer elementos que contribuam para a compressão do modo como a publicidade tem lançado mão desse formato para interpelar e cativar a criança conectada, driblando as restrições vigentes e, ao mesmo tempo, contribuindo para a produção de subjetividades ao promover certos modos de brincar e ser criança no contemporâneo.

Notas sobre a publicidade destinada à criança no Brasil

A busca do mercado publicitário por narrativas e recursos capazes de cativar a atenção da criança e dialogar com ela não é uma novidade. Em meados dos anos 1990, por exemplo, foram ao ar anúncios que seriam rechaçados pelas regras atuais. O clássico comercial elaborado para promover uma linha de tesouras infantis intitulado *Eu tenho, você não tem*⁸, bem como o igualmente famoso comercial que promovia o produto de

⁷ Disponível em: <<https://socialblade.com/>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zMFqTzH_dn0>. Acesso em: 23 jan. 2020.

uma grande fabricante de chocolate, intitulado *Compre Baton*⁹, são bons exemplos do modo ostensivo como a publicidade já interpelou a criança consumidora em outros tempos.

Embora propagandas como estas não sejam mais permitidas, ainda assim é preciso reconhecer que caminhamos a passos lentos quando o assunto é a efetividade das regulamentações que vigoram no Brasil. De modo geral, as normas se voltam para formatos midiáticos tradicionais, como a TV aberta, que em função das limitações regulamentares diminuiu drasticamente sua oferta de conteúdo ao público infantil. Por outro lado, essas mesmas regulamentações não vigoram no universo digital. Ao defendermos que este é um debate de fundamental importância, apresentamos a seguir alguns elementos que corroboram nossa inquietação com o cenário contemporâneo.

Conforme Gisela Castro (2018, p. 75), “a publicidade ao mesmo tempo interpela e constitui o seu público consumidor por meio da criação de narrativas exemplares de cunho persuasivo em favor de marcas, produtos e serviços”. Em tempos de dispersão da atenção em um ecossistema comunicacional em que proliferam múltiplas plataformas de mídia e pela prevalência das lógicas de mercado que transformam qualquer interação social em oportunidade de negócios, cruzar entretenimento e publicidade tem sido uma solução estratégica recorrente.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC)¹⁰ dispõe, em seu artigo 37, sobre a proibição de toda publicidade enganosa e abusiva. É considerada abusiva a publicidade que incite à violência, explore o medo e se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança. No artigo 36 do mesmo CDC também está previsto que a prática publicitária deve ser veiculada de tal forma que o consumidor fácil e imediatamente a identifique como tal. No entanto, a clara identificação daquilo que é publicidade ou não se torna mais dificultosa à medida que a promoção de produtos, sobretudo na cultura digital, se vale de práticas comunicacionais que entrelaçam, de modo nada evidente, a publicidade com as lógicas de entretenimento, como no caso do objeto empírico deste artigo: os vídeos *unboxing* publicados no *Canal da Lulu*. Em muitas dessas produções, o

⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sBWu7ibZDVg>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

¹⁰ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em: 23 jan. 2020.

fator comercial está, frequentemente, embutido ao próprio conteúdo de entretenimento e quase nunca se revelando de modo evidente e claro ao consumidor. Trata-se de um formato em que o brincar e o demonstrar se mesclam de tal modo que a percepção do apelo comercial embutido nessas produções se naturaliza como parte de uma brincadeira que se tornou extremamente popular – e lucrativa para alguns.

Neste momento, no entanto, faz-se necessário contextualizar como se deu a seleção do vídeo analisado abaixo. Na plataforma do YouTube, selecionamos no *Canal da Lulu* todos os vídeos publicados no intervalo de julho de 2017 a julho de 2018 e listamos de acordo com o número de visualizações, do mais visualizado para o menos visualizado. Nesse conjunto de produções, observamos os vídeos que apresentavam, de alguma forma, o desembalar de brinquedos – *unboxing*. Dos três vídeos mais visualizados, selecionamos a produção abaixo por ser a única que apresentava alguma informação de que se trata de um conteúdo patrocinado.

Figura 3 - Vídeo patrocinado *Canal da Lulu* – *Crunch Mania*¹¹



Fonte: Elaborado pelos autores.

Mesmo considerando que o vídeo analisado procura demonstrar a seus seguidores que há algum tipo de investimento comercial, ainda é carente e, ao nosso ver, insuficiente o modo com que essa informação é apresentada ao internauta. Ao examinarmos o vídeo *Crunch Mania* (Fig. 1), observamos que há na sua descrição a informação de que se trata de um vídeo patrocinado, confirmando a tese de que há aportes empresariais que rentabilizam a produção do canal. No entanto, vale destacar que, mesmo

¹¹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=HQPcqHxG88E>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

possuindo a informação da existência de patrocínio, ainda é insuficiente para informar o público, visto que esse dado só aparece na descrição do vídeo no canal e não no próprio conteúdo audiovisual.

A presença da informação apenas na descrição do vídeo pode ser apontada como parte da estratégia utilizada pelo canal. No momento em que estávamos selecionando nosso *corpus* empírico, o *Canal da Lulu* nos chamou a atenção por ser, até então, um dos poucos que apresentavam a informação de conteúdo patrocinado. Mas, na ocasião, tal informação era inserida no próprio vídeo, apresentada na abertura da produção audiovisual. Havia nos primeiros segundos do vídeo uma pequena faixa no canto inferior esquerdo com a seguinte frase: “Esse vídeo pode conter conteúdo promocional”. Atualmente, pelo contrário, tal informação deixou de ser parte integrante do vídeo e foi realocada para a sua descrição. Assim, como argumenta Rogério Covaleski (2010), a mensagem publicitária paradoxalmente ganha sobrevida à medida que menos se parece com ela, e quanto menos se valha dos elementos tradicionais que constituem as narrativas publicitárias convencionais.

Não por acaso, ao longo dos quase 6 minutos do vídeo em questão, a *youtuber* apresenta o produto e suas características ao mesmo tempo em que, aparentemente, brinca e se diverte com ele. Se de um lado podemos considerar que a informação de conteúdo patrocinado é apresentada, por outro, vale questionar a posição secundária que tal informação ocupa, sendo rapidamente naturalizada como parte da performance executada pela pequena *youtuber*.

Mesmo reconhecendo que o vídeo abarca um viés mercadológico no intuito de promover determinados produtos, a narrativa da *youtuber* segue por um outro caminho. Luíza alega que ela mesmo teria selecionado e comprado os brinquedos que aparecem em seu canal. Nesse caso, tanto a posição da informação de conteúdo patrocinado – apenas na descrição do vídeo –, quanto a narrativa sustentada pela *youtuber* – que ela teria comprado o brinquedo demonstrado –, são elementos que contribuem para turvar ainda mais a fronteira que delimita a publicidade e o entretenimento. Nos comentários, disponível na página do vídeo, é frequente a curiosidade dos internautas em saber o local que Luíza teria adquirido o brinquedo demonstrado. Frases como “eu vou comprar no meu aniversário”; “onde você comprou? me responde” são reiteradamente presentes nos

comentários. Como não poderia deixar de ser, a *youtuber* responde dizendo que o produto pode ser encontrado em qualquer loja de brinquedos¹².

Em março de 2014, foi publicada a resolução 163 do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA)¹³, órgão vinculado à Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, que dispõe sobre a abusividade do direcionamento de publicidade e comunicação mercadológica à criança e ao adolescente. Segundo esta resolução que, de certo modo, reforça as normativas já presentes no CDC¹⁴, é considerado abusivo o direcionamento da comunicação mercadológica com a intenção de persuadir a criança para o consumo de serviços ou produtos, utilizando para isso qualquer dos nove elementos elencados pela resolução, sendo eles: 1) linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores; 2) trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de crianças; 3) representação de criança; 4) pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil; 5) personagens ou apresentadores infantis; 6) desenho animado ou de animação; 7) bonecos ou similares; 8) promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelo ao público infantil; 9) promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

A princípio, a validade dessa normativa se estenderia para todos os ambientes, incluindo eventos, espaços públicos, páginas de internet, *spots* de rádio, canais televisivos e assim por diante, independentemente do horário de veiculação. Cabe ponderar, como o faz Ekaterine Karageorgiadis (2017), que as normas que regulamentam a publicidade dirigida à criança no Brasil não pretendem bani-la, mas conter seus abusos. Uma vez que uma empresa exerce seu direito de fazer publicidade, seria obrigada, em contrapartida, a respeitar os princípios que regem tal prática na atual conjuntura brasileira.

A discussão sobre a publicidade dirigida à criança e seus desdobramentos acontece de maneira polarizada e, até mesmo, maniqueísta no Brasil. De um lado, estariam os defensores da garantia dos direitos das crianças diante dos efeitos

¹² Em janeiro de 2020, o YouTube conclui o processo de desabilitar os comentários referentes ao conteúdo infantil da plataforma. A iniciativa faz parte de uma série de medidas relativas à segurança dos usuários infantis.

¹³ Disponível em: <<http://www.direitosdacrianca.gov.br/conanda/resolucoes/163-resolucao-163-de-13-de-marco-de-2014/view>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

¹⁴ CDC – Código de Defesa do Consumidor.

considerados danosos da publicidade. Tal visão confere à atividade mercadológica a razão principal para os males que acometem as infâncias contemporâneas. Do outro lado, estariam aqueles que defendem a não regulamentação por parte do Estado, argumentando que tal regulação acarretaria uma espécie de censura à liberdade de expressão (CRAVEIRO; BRAGAGLIA, 2017).

Em meio às disputas que configuram esse debate, não podemos ser ingênuos e conceder apenas à publicidade a causa única para os problemas que estariam surgindo no cotidiano infantil. Em sua pesquisa sobre a relação das crianças com a mídia e o consumo de produções jornalísticas na TV, Orofino (2015) pondera que, enquanto nos preocupamos apenas com a publicidade como se esta fosse a principal causadora dos males da vida contemporânea, deixaríamos de atentar para o conjunto de programas de TV e outras produções midiáticas que, em grande medida, seriam inapropriados para o público infantil. Conforme argumenta, o problema é maior e mais complexo que a proibição única e exclusiva da publicidade destinada às crianças, uma vez que tal proibição não irá livrá-las de apelos comerciais sedutores aos quais estão expostas em diferentes esferas da vida. Na realidade, segundo a estudiosa, tal proibição poderia gerar o efeito inverso de eventualmente prejudicar as crianças, pois a falta de publicidade afeta diretamente as cotas de patrocínio e apoio cultural à programação infantil, o que resultaria no encolhimento progressivo da oferta de conteúdo voltado para as crianças nos canais midiáticos com os quais convive grande parte desse público.

As tensões e disputas acerca do apelo publicitário na programação infantil demandam cautelosa reflexão. O estabelecimento de diretrizes que funcionem de maneira efetiva como guias para a prática publicitária nos parece um pressuposto razoável, notadamente quando se trata de normatizar a comunicação publicitária dirigida às crianças. Tornar a propaganda evidente aos olhos do público infantil deveria ser uma premissa consensual e amplamente adotada. No caso de certas produções como os vídeos *unboxing*, tal premissa teria a função de informar sobre o que está em andamento na aparente espontaneidade de uma brincadeira que se mostra tão atraente em nossos dias. No entanto, como procuramos demonstrar, as ações publicitárias inseridas em meio às produções de entretenimento tendem a embaçar as fronteiras entre o apelo comercial e a simples e inocente diversão. Tal mescla inquietante pode ser observada de modo

recorrente nas publicações de grande parte das *youtubers* mirins que congregam legiões de jovens fãs em seus canais *on-line*.

***Youtubers* mirins, vídeos *unboxing* e o apelo publicitário dirigido à criança conectada**

Antes de iniciarmos este tópico, vale salientar que, neste artigo, trataremos do termo *youtubers* sempre no feminino, uma vez que grande parte dessas pequenas personalidades que fazem sucesso na rede são meninas. Assim, não corremos o risco de causar confusão em relação ao tratamento do termo ao longo do texto.

De acordo com Renata Tomaz (2017), as primeiras notícias apresentadas pela grande imprensa brasileira acerca das *youtubers* mirins surgiram no ano de 2015, muito por causa do aumento progressivo de crianças que reuniam milhares de inscritos em seus canais no YouTube. Ao discorrer sobre o deslocamento das crianças para uma posição de destaque na cena midiática atual, a autora indica que a presença das *youtubers* mirins pode ser considerada, ao menos, sob dois pontos de vista.

Uma diz respeito ao reconhecimento da voz das crianças, vinculado a uma configuração de elementos históricos e socioculturais, que possibilitam conceber a participação das crianças na vida social. A outra condição está relacionada a um espaço disponível para que elas possam manifestar essa presença, em particular a mídia (TOMAZ, 2017, p. 36).

Acompanhando tal perspectiva, podemos considerar que os *sites* de rede social (boyd; ELLISON, 2007) se revelam como espaços disponíveis para que o público infantil possa manifestar sua presença e ganhar visibilidade. Nesse contexto, o YouTube configura um ambiente no qual a criança, de certo modo, ganha voz e traz para o âmbito público suas experiências, brincadeiras, bem como uma variedade de temas condizentes ao seu cotidiano.

É curioso notar que em grande parte das produções nas quais as *youtubers* mirins demonstram suas brincadeiras e situações cotidianas, há de modo recorrente a presença de bens de consumo. São objetos que não apenas contextualizam as produções exibidas, mas contribuem para demarcar hierarquias sociais e demonstrar estilos de vida que são invariavelmente atrelados ao consumo de tais bens. No entanto, antes de continuarmos

nesta linha de argumentação, faz-se necessário fundamentar o que entendemos por estilo de vida em meio à cultura do consumo, uma vez que se trata de uma expressão que pode ser compreendida de modos distintos.

Para Mike Featherstone (1995) a expressão *estilo de vida* pensada no âmbito da cultura do consumo implica uma consciência de si estilizada, uma compreensão que denota individualidade. Como ensina o estudioso, o cuidado com o corpo, as roupas, o discurso utilizado, os programas de entretenimento, as preferências de comida e bebida, a casa, o carro, bem como as opções de férias de uma pessoa são vistos como indicadores da individualidade do gosto e o senso de estilo de vida do indivíduo em questão.

De modo bastante elucidativo, João Freire Filho (2003, p. 73) explica que o estilo de vida “reflete a sensibilidade (ou a ‘atitude’) revelada pelo indivíduo na escolha de certas mercadorias e certos padrões de consumo e na articulação desses recursos culturais como modo de expressão pessoal e distinção social”. A constituição do estilo de vida é uma prática fundamentalmente cultural e fortemente influenciada pelos signos que são apresentados, majoritariamente, pelos ambientes midiáticos e, em seguida, combinados em *performances* associadas a grupos específicos.

Por esse ponto de vista, em tese, qualquer pessoa poderia intercambiar de um estilo para outro, uma vez que no estilo de vida não há posições sociais nem *eus* individuais naturalmente organizados. Pelo contrário, conforme enfatiza Don Slater (2002), os indivíduos são compelidos a escolher, construir, manter, interpretar, negociar, exibir quem eles devem ser ou parecer, e para isso, usam uma variedade importante de recursos materiais e simbólicos.

Assim, para se ter um determinado estilo de vida, para partilhar de modos específicos de ser e viver, faz-se necessário, a princípio, aderir a certos bens de consumo que darão suporte para gozar de uma vida pautada pelo estilo escolhido. Até mesmo discursos que defendem uma visão crítica em relação aos excessos do consumismo, apontam recorrentemente para estilos de vida nos quais o consumo de certos tipos de bens seria mais indicado do que outros. O que não deixa de ser um paradoxo, tendo em vista que tal discurso anticonsumista pode acabar se tornando um nicho mercadológico altamente rentável, conforme pondera Isleide Fontenelle (2017), ao discorrer sobre o chamado consumo responsável.

Estudiosos do consumo argumentam que “muito além do comportamento de compra, as práticas de consumo se articulam com a visibilidade midiática em um multifacetado processo sociocultural em que (...) mídia e consumo se combinam para fomentar modos de ser e estilos de vida” (CASTRO, 2018, p. 75). Ao salientar determinados bens de consumo que carregam seus valores e sentidos culturalmente constituídos, as *youtubers* mirins se valem da carga simbólica atribuída aos objetos para compor seu próprio estilo, ensejando uma atitude performática na qual a vida privada estaria se tornando progressivamente pública.

Ancorado nas reflexões apresentadas pelos trabalhos de Erving Goffman, Roger Silverstone (2002, p. 132) explica que

(...) a vida social é vista como uma questão de administração da impressão. Nosso mundo é um mundo de aparência visível. Vivemos numa cultura apresentacional em que a aparência é a realidade. Indivíduos e grupos apresentam suas faces ao mundo em cenários onde administram sua performance com mais ou menos confiança: palcos em que o que fazemos é para mostrar, para impressionar os outros e definir e manter nosso senso de nós mesmos, um senso de identidade, fora da visão de nossa audiência, podemos preparar a maquiagem, a transformação.

É nesse contexto de forte presença de objetos, bem como atitudes performáticas, que o *unboxing* ganha destaque entre as produções das *youtubers* mirins. Constitui-se, ao mesmo tempo, um formato capaz de demonstrar bens de consumo, mas também sustentar estilos de vida e hierarquias sociais. O caso das bonecas L.O.L Surprise¹⁵ é bastante elucidativo para essa questão. Lançada em 2016, a pequena boneca colecionável que praticamente cabe na palma da mão se tornou uma “febre” entre crianças espalhadas ao redor do mundo. Nos Estados Unidos, por exemplo, foi o brinquedo mais vendido em 2017, comercializando cerca de 2,5 milhões de unidades pelo mundo em apenas cinco meses (FELDMAN, 2017).

Além de ter utilizado as redes sociais, inclusive o *unboxing*, como vetores principais de divulgação, o que impressiona no caso desta boneca são os valores dos itens

¹⁵ Para mais detalhes sobre o produto, acessar página virtual do brinquedo. Disponível em: <<http://www.candide.com.br/lol/>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

que fazem parte da trama de acessórios. Para se ter uma ideia, os valores variam de R\$ 80,00 para as bonecas menos custosas e se aproximam ao patamar de quase R\$ 3.000,00 para a casa da boneca que abrigaria a coleção. No vídeo intitulado *Minha coleção de L.O.L Surprise raras* (Fig. 2), a protagonista do *Canal da Lulu* exhibe o que diz ser a sua coleção de bonecas L.O.L “raras e ultra raras”. Assim, a simples posse do produto seria, por si só, o suficiente para revelar as categorias sociais e demarcar suas hierarquias.

Figura 4 - Coleção L.O.L Surprise da *youtuber* Luiza Sayuri¹⁶



Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao enfatizarem determinadas brincadeiras que necessitam de certas mercadorias para serem executadas, as *youtubers* mirins contribuem também para eleger certos modos de brincar como sendo os mais apreciados, divertidos e desejáveis. Tendo em vista que as *youtubers* se transformaram em “agentes de formação de opinião sobre uma dimensão de ser e estar no mundo” (PERES; TRINDADE, 2017, p. 2), essas figuras estariam se valendo desse posto de autoridade para revelar os modos considerados adequados e bem-sucedidos de ser criança em uma contemporaneidade crescentemente conectada às redes sociais *on-line*.

Esse posto de referência conferido às *youtubers* mirins por parte de seus seguidores é observado com atenção e interesse também pelo mercado de produtos infantis. Devido à ampla visibilidade e capacidade de disseminação de conteúdo que as *youtubers* mirins detêm, diversas empresas de produtos infantis vislumbram em tais personagens uma oportunidade valiosa para tornar públicas as mercadorias que

¹⁶ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=v5-somvmfUI>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

produzem, sobretudo, considerando que a geração consumidora da mídia digital tem essas “personalidades da internet” (LEÃO; PRESSLER, 2017) como os seus principais ídolos. Na esteira dessa visibilidade, diferentes empresas buscam vincular suas marcas e produtos ao cotidiano das *youtubers* mirins no intuito de atrair a atenção e o interesse de seus seguidores.

Para além de demonstrarem produtos e modos de uso, consideramos que as *youtubers* também contribuem para o processo de subjetivação daquilo que denominamos como a criança conectada. Trata-se de um modo de ser criança que tem nas redes sociais *on-line* um de seus principais vetores. Como ensina Castro (2018, p. 85), o *coaching* midiático das subjetividades diz respeito à “promoção de modos de ser e estilos de vida baseados em práticas de consumo na pedagogia social para o consumo desenvolvida pelos mais diversos dispositivos midiáticos”. Tal “associação entre mídia e consumo resulta no *coaching* midiático dos estilos de vida e modos de ser” considerados exemplares em uma cultura fortemente marcada pela comunicação midiática e embebida em signos do consumo.

Sendo assim, consideramos os mais populares *youtubers* como agentes na promoção de modos de ser e estilos de vida pautados pelas lógicas do consumo. Atuam na consolidação de um modo de ser criança no qual estar sempre conectado à internet, bem como consumir certo tipo de bens se tornam imperativos preponderantes e indispensáveis para se gozar de uma boa vida. Uma vida tal qual a performada por certas *youtubers* mirins, com seus brinquedos e sua invejável popularidade.

Em meio às produções dessas pequenas personalidades infantis, há sempre uma ocasião em que convocam seus espectadores a permanecerem conectados aos seus canais. Tomaz (2017, p. 56) evidencia que há uma convocação reiterada por parte das *youtubers* para “assistirem seus vídeos, dizerem se gostaram (‘dá um *like*’), deixarem seus comentários e serem parte dessa rede de amigos”. Trata-se de um tipo de convocação que não acontece apenas para tornar tais figuras e suas brincadeiras ainda mais conhecidas, mas também para aumentar o “valor” mercadológico dos próprios canais no concorrido mercado das *youtubers*.

É sabido que algumas personalidades mirins monetizam seus canais enquanto brincam em frente à câmera para multidões de seguidores *on-line*. Tal fato pode ser

observado de modo contundente no caso do *youtuber* mirim Ryan, protagonista do canal *Ryan's World*¹⁷. Trata-se de um garoto de apenas 8 anos de idade que possui mais de 22 milhões de seguidores e cujos vídeos já foram visualizados mais de 33 bilhões de vezes.

Figura 5 - O *youtuber* mais bem pago de 2018 e 2019¹⁸



Fonte: Elaborado pelos autores.

O caso do menino Ryan é bastante emblemático pois, em 2019, ele encabeçou pelo segundo ano consecutivo a lista dos *youtubers* mais bem pagos do mundo. Segundo a revista *Forbes*¹⁹, o pequeno faturou cerca de US\$ 26 milhões com vídeos nos quais demonstra e analisa novos lançamentos da indústria de brinquedos. Não é à toa que os vídeos *unboxing* se tornaram muitas vezes tão rentáveis, pois possibilitam ao mercado um canal de comunicação direta com um público difícil de acessar diante das restrições vigentes em outros canais de mídia. Trata-se de uma saída valiosa que ganha ainda mais relevância à medida que as interações *on-line* deixam rastros digitais que propiciam, frequentemente, a elaboração de métricas utilizadas pelas empresas para segmentar detalhadamente seus públicos de acordo com perfis ou nichos de consumo.

Fernanda Bruno (2013) chama a atenção para o fato de que os fluxos de informação que circulam no ecossistema digital se tornam foco privilegiado de monitoramento por diferentes setores, inclusive pelo mercado publicitário. Desse modo, interações desempenhadas cotidianamente nesse ambiente estariam sujeitas à coleta, ao processamento e à classificação. Em posse de uma variedade de informações com base

¹⁷ Canal *Ryan's World* (anteriormente intitulado *Ryan ToysReview*). Disponível em: <<http://bit.ly/2T0r8Aj>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

¹⁸ Disponível em: <<http://bit.ly/2vMqq1X>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

¹⁹ Disponível em: <<http://bit.ly/2ubYS5w>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

nos rastros digitais dos internautas, muitas empresas empregam esforços no intuito de otimizar a comunicação entre as marcas e seu público, de modo que pareça relevante e personalizada.

Além de fazerem uso de ferramentas que segmentam e geram padrões sobre os gostos e preferências dos consumidores, grande parte das empresas também está atenta às produções culturais dos indivíduos. Nesse quesito, inclui-se também a busca por estratégias capazes de atrair a atenção – e o coração – do público infantil. A nosso ver, os vídeos *unboxing* protagonizados por *youtubers* mirins são um exemplo de formato capaz de exercer tal função, visto que detêm a capacidade de demonstrar os produtos e seus modos de uso, bem como ressaltar os estilos de vida condizentes com eles. Como argumentamos, trata-se de um formato no qual publicidade e diversão se entrelaçam, ao interpelar o público infantil, e que se configura como estratégico diante das limitações que cerceiam a publicidade dirigida à criança no Brasil.

Em meio a um cenário midiático no qual as *youtubers* mirins possuem grande capacidade de reunir um enorme contingente de espectadores, tomá-las como garotas-propaganda para a indústria de brinquedos se revela uma medida eficiente para aumentar o valor de seus canais e colocá-los entre os preferidos no já disputado mercado das *youtubers* mirins no Brasil (ANDRADE, 2019). Com vídeos divertidos e descontraídos publicados quase diariamente, essas pequenas personalidades não estariam apenas reunindo uma importante quantidade de seguidores, mas também constituindo um contingente crescente de fãs.

Para Castro (2012, p. 136), o consumidor-fã é “um tipo de agente social ao qual interessa o envolvimento mais pessoal e direto com o intangível da marca em questão”. Trata-se daquele indivíduo que além de consumir os produtos, também compartilha conteúdo, participa de discussões *on-line* e rege sua vida pautado pelo estilo de vida proposto por sua marca predileta. Com a grande necessidade de direcionar esforços para a sedução do consumidor, de certo modo já saturado de mensagens publicitárias, o fator de identificação passa a ser perseguido pelas empresas no intuito de “transformar clientes em fãs, o consumidor em um colaborador e principal divulgador da marca” (CASTRO, 2012, p. 136).

Essa capacidade de identificação também se revela nas produções das *youtubers* mirins. A todo momento busca-se gerar o reconhecimento entre o produtor (*youtuber*) e o consumidor (o espectador). De maneira calculada para parecer divertida e informal, as *youtubers* procuram se portar como uma criança comum, como qualquer outra da sua idade. Fazem isso valendo-se de um artifício reiteradamente presente nas produções: o erro. Ao invés de ser editado e deixado de fora da versão final, o erro ganha um papel de destaque objetivando conferir autenticidade ao conteúdo veiculado como uma produção infantil, despreziosa e caseira.

Ao discorrerem sobre os motivos que levam *youtubers* a abarcarem gigantescos grupos de seguidores, Clotilde Peres e Eneus Trindade (2017, p. 15) argumentam que o componente de amadorismo e informalidade presente nas produções dessas figuras “sugere que estes indivíduos são semelhantes ao seu público. Esta aura amadora traz espontaneidade, descontração, empatia que possibilita o vínculo identitário com o público – o *youtuber* é como eu”. Estabelecem, assim, um ambiente no qual o espectador passa a se constituir como seguidor e divulgador do canal: aquilo que Castro (2012) classificou como o consumidor-fã.

À medida que as crianças estão consumindo e produzindo conteúdo nessas plataformas *on-line*, diversas empresas infantis têm como objetivo ofertar uma gama expressiva de bens de consumo enquanto celebridades mirins entretêm e divertem outras crianças. Se bem executado, tal investimento da publicidade atual nas novas brincadeiras *on-line* favorece “que o consumidor esteja o maior tempo em interação positiva com as marcas” em um cenário em que “quanto mais tempo uma marca estiver na vida de uma pessoa, melhor” (CARRASCOZA, 2014, p. 60).

Conforme argumenta Tomaz (2018), com propriedade, mesmo o YouTube não sendo a princípio um espaço *para* crianças – como aquele que é pensado para elas –, é possível compreender que a plataforma se constitui como um espaço *das* crianças, uma vez que é crescentemente apropriado por elas. Essa apropriação por parte das crianças e sua exploração nas tramas da publicidade atual tem motivado preocupação e pautado diversas discussões sociais.

No começo de 2019, o Ministério Público de São Paulo entrou com uma ação civil pública contra o Google, empresa proprietária do YouTube, em que defende a

retirada do ar de uma série de vídeos de *youtubers* mirins que estariam fazendo propaganda velada de produtos voltados para o público infantil (BERGAMO, 2019). Nos Estados Unidos, o YouTube foi condenado a pagar uma multa recorde de cerca de US\$ 170 milhões por coletar informações pessoais de crianças e utilizá-las para lucrar com anúncios direcionados a elas. Os reguladores argumentaram que a empresa teria coletado esses dados ilegalmente, incluindo códigos de identificação usados para rastrear a navegação na *web* ao longo do tempo (SINGER; CONGER, 2019). Após a condenação, o YouTube anunciou, em comunicado oficial²⁰, algumas mudanças na plataforma no intuito de oferecer maior proteção para as crianças que navegam pelo *site*.

No entanto, mesmo reconhecendo que as mudanças apresentadas pelo YouTube no que diz respeito à coleta e ao tratamento de dados dos consumidores de conteúdos infantis são importantes – e, sem dúvida, representam um passo fundamental para a proteção das crianças – ainda é preciso ponderar que tais mudanças não impedem a veiculação de publicidade de modo velado, por meio de formatos, inclusive o *unboxing*, cujo apelo comercial não é evidente e claro.

Portanto, diante dos argumentos apresentados ao longo do artigo, defendemos que o *unboxing* representa um formato midiático oportuno e valioso para a publicidade contemporânea, sobretudo quando destinada à criança, pois tem a capacidade de promover bens de consumo no cotidiano das brincadeiras infantis em rede. Configura-se como um formato eficaz e, ao mesmo tempo, inquietante, cuja potência se torna ainda maior à medida que marcas e brinquedos são endossados por celebridades como as *youtubers* mirins, driblando as regras vigentes para a comunicação publicitária voltada para crianças.

Considerações finais

Frente às regulamentações que vigoram no Brasil, diferentes empresas de produtos infantis vislumbram na atuação das pequenas *youtubers* um caminho fértil para demonstrar produtos e promover modos de ser e estilos de vida condizentes com o

²⁰ Disponível em: <<https://youtube.googleblog.com/2019/09/an-update-on-kids.html>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

universo simbólico nos quais estão inseridos. Em tempos de dispersão da atenção e saturação da mensagem publicitária convencional, não bastaria às empresas destacar apenas os *features* de seus produtos. Tornou-se indispensável envolver o consumidor em um ambiente carregado de emoção e diversão. Nesse sentido, a junção das lógicas do entretenimento aos modos de fazer publicidade parece transformar a mensagem comercial em algo relevante e descontraído, atraindo a tão fragmentada atenção do consumidor em tempos de profusão de canais, formatos e telas.

Desse modo, concluímos que a prática publicitária dirigida ao público infantil no Brasil teria encontrado nos conteúdos de entretenimento, especificamente nos vídeos *unboxing*, uma oportuna brecha para interpelar a criança conectada às redes sociais *online*. Tais ações publicitárias transfiguradas de diversão têm a capacidade de driblar as regulamentações vigentes e promover não apenas bens de consumo, mas também certos estilos de vida e modos de ser criança em uma contemporaneidade crescentemente conectada. Uma prática que ganha ainda mais potência à medida que os produtos são apresentados e endossados por crianças altamente conhecidas na rede: as *youtubers* mirins.

Como é sabido, tornou-se frequente para as *youtubers* receberem aportes financeiros de diferentes empresas para demonstrarem bens de consumo em seus canais. Porém, a princípio, nos parece que os rendimentos de tais canais serão diretamente impactados devido às mudanças anunciadas pela plataforma do YouTube após o acordo firmado com a Comissão Federal de Comércio (FTC) nos Estados Unidos. Não se sabe ainda se, de fato, algo irá mudar, mas algumas inquietações surgem e podem guiar novos estudos sobre o tema. Saber qual o impacto que as mudanças apresentadas pelo YouTube terão nos rendimentos dos canais, bem como o modo com que os vídeos que fazem publicidade velada, ou seja, que mesclam publicidade e entretenimento, serão percebidos nesse novo contexto da plataforma são algumas questões a serem respondidas.

Por enquanto, ainda não sabemos se ações como essas irão ou não trazer, de fato, mudanças no modo como a atividade publicitária tem abordado o público infantil que se manifesta, interage e se diverte nas plataformas digitais. Encerramos este artigo com a clareza de que, na atual conjuntura midiática, esse público está inserido em um cenário no qual comunicação, consumo e diversão se articulam de modos nem sempre explícitos

ou, talvez, nem mesmo lícitos, visando atrair e cativar a atenção tão fugaz da criança conectada.

Referências

- ANDRADE, Marcelo. **Comunicação, consumo e diversão nos vídeos *unboxing***: a publicidade e a criança conectada. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo). Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo-SP, 2019.
- BERGAMO, Monica. Ministério Público pede que o Google retire do ar vídeos de *youtubers* mirins. **Folha de S. Paulo**, Ilustrada, p. C2, 2 jan. 2019.
- BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 1, n. 13, p. 210-230, 2007.
- BRUNO, Fernanda. **Máquinas de ver, modos de ser**: vigilância, tecnologia e subjetividade. Porto Alegre: Sulina, 2013.
- CARRASCOZA, João Anzanello. **Estratégias criativas da publicidade**: consumo e narrativa publicitária. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014
- CASTRO, Gisela. Lindas para sempre, jovens de coração: imagens do envelhecimento na publicidade natalina. In: CASTRO, G. **Os velhos na propaganda**: atualizando o debate (Org.). São Paulo: Pimenta Cultural, 2018, p. 73-101.
- CASTRO, Gisela. Entretenimento, sociabilidade e consumo nas redes sociais: cativando o consumidor fã. **Fronteiras**: estudos midiáticos, v. 14, n. 2, p. 133-140, mai. /ago., 2012.
- CGI.BR. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros: **TIC Domicílios 2018**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019.
- CGI.BR. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros: **TIC Domicílios 2017**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2018.
- CGI.BR. Pesquisa sobre o uso das tecnologias da informação e comunicação nos domicílios brasileiros: **TIC Domicílios 2016**. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2017.
- CORRÊA, Luciana. **Geração YouTube**: um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. ESPM: São Paulo, 2016.
- CORRÊA, Luciana. **Geração YouTube**: um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. ESPM: São Paulo, 2015.
- COVALESKI, Rogério. **Publicidade híbrida**. Curitiba: Maxi Editora, 2010.
- CRAVEIRO, Pâmela; BRAGAGLIA, Ana Paula. Regulação da publicidade infantil no Brasil: a publicidade após a resolução 163 do Conanda. In: ALCÂNTARA, A.; GUEDES B. (Orgs.). **Comunicação e infância**: processos em perspectiva. São Paulo: Pimenta Cultural, 2017, p. 62-94.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FELDMAN, Dana. LOL Surprise is the top doll with over 2.5m sold in five months. **Forbes**, n. 19, abr. 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/danafeldman/2017/04/19/1-o-l-surprise-is-the-top-doll-with-over-2-5m-sold-in-five-months/>>. Acesso em: 31 jan. 2020.

FONTENELLE, Isleide. **Cultura do consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Rio de Janeiro: FGV, 2017.

FREIRE FILHO, João. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. **ECO-PÓS**, v. 6, n.1, p. 72-97, jan. /jul., 2003.

KARAGEORGIADIS, Ekaterine. O sistema brasileiro. In: HENRIQUES, I.; VIVARTA, V. **Autorregulação da publicidade infantil no Brasil e no mundo**. São Paulo: Verbatim / Instituto Alana, 2017.

LEÃO, Danuta; PRESSLER, Neusa. Youtuber mirim e o consumo infantil. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, **Anais...**, Curitiba, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/2HFng2K>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

OROFINO, Maria Isabel. O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo. **Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud**, v. 13, n. 1, p. 369-381, 2015.

PERES, Clotilde; TRINDADE, Eneus. Consumo midiático: youtubers e suas milhões de visualizações. Como explicar? 26º Congresso Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, **Anais...**, São Paulo, 2017. Disponível em: <<http://bit.ly/37D273z>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002

SINGER Natasha.; CONGER, Kate. Google is fined \$170 million for violating children's privacy on YouTube. **The New York Times**, 4 set. 2019. Disponível em: <<https://nyti.ms/2T1tSOd>>. Acesso em: 31 jan. 2020.

SLATER, Don. **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

TOMAZ, Renata. Uma janela para as crianças: a construção social do YouTube como lugar de produção de subjetividades infantis. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, **Anais...**, Joinville, 2018. Disponível em: <<http://bit.ly/3bKVsl1>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer?** – *youtubers*, infância e celebridade. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro-RJ, 2017.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 09/11/2019
Aprovado em: 31/01/2020

Definição pela exclusão: apontamentos iniciais sobre os limites conceituais dos programas infantis

Definition by exclusion: initial notes about the conceptual limits of children's TV programs

Ariane HOLZBACH¹
Wagner DORNELLES²

Resumo

Apesar de a noção de “programa infantil” ser tida como dada na cultura contemporânea, sua definição se complexifica se considerarmos que muitas crianças não consomem “programas infantis” ou os consomem modestamente, visto que frequentemente têm acesso a diversificados produtos “de adulto”. Nossa proposta é compreender os limites conceituais e o caráter excludente do que se entende como programa infantil para, em seguida, entender como tais limites atuam na construção de infâncias contemporâneas. Defendemos uma mudança de olhar que considere a competência crítica das crianças e que leve em conta 1) o caráter eurocêntrico desses programas e 2) a relação simbiótica construída entre tais produtos e a cultura mercantil. Esta é a primeira etapa de um projeto mais amplo que investiga o consumo audiovisual de crianças que vivem em regiões periféricas, com pouco ou nenhum acesso a programas infantis.

Palavras-chave: Programa infantil. Televisão. Infância. Eurocentrismo.

Abstract

The definition of “children's TV programs” is taken as a given in contemporary culture. However, this category becomes complex if we consider that many children do not merely consume TV programs aimed at them as they often have access to diverse media products aimed at adults. Therefore, our first aim is to understand the conceptual limits and the excluding character of what is meant by children's TV programs. Following this, we attempt to understand the role that such limits play in the construction of contemporary childhood. We argue that we must change our views in relation to children, considering that they are reactive and critical individuals and taking into account 1) the Eurocentric character of children's programs and 2) the symbiotic relationship between contemporary

¹ Professora de Estudos de Mídia e do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFF. Doutora em Comunicação pela UFF com pós-doutorado em História pela UERJ. Coordenadora do AnimaMídia – Grupo de Pesquisa em Desenhos Animados. E-mail: arianeh@id.uff.br. ORCID: 0000-0002-8548-0220.

² Mestre e doutorando em Comunicação pela UFF. E-mail: wsdornelles@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8023-9078.

children's programs and a market culture. This is the first stage of a larger project that seeks to understand the audiovisual consumption of children living in peripheral regions of Brazil with little or no access to traditional children's programs.

Keywords: Children's TV programs. Television. Childhood. Eurocentrism.

Introdução

Programa infantil é um tipo de programa de televisão destinado e comercializado ao público infantil. É normalmente transmitido durante as manhãs e tardes, ou por vezes no começo da noite para crianças que frequentam a escola. O propósito de tais programas é em primeiro lugar o entretenimento, embora existam aqueles com conteúdo educativo (Fonte: Wikipedia, verbete Programa Infantil, acessado em: 3. jan. 2020).

A Wikipedia aglutina um senso comum enraizado em torno do que seria programa infantil. De acordo com a enciclopédia, “programa infantil”, em primeiro lugar, seriam produtos *televisivos*. Em segundo lugar, reuniriam um conjunto de produções midiáticas cuja função é a comercialização e o entretenimento, com pitadas de elementos pedagógicos. Levando em perspectiva o fato de a Wikipedia ser uma enciclopédia alimentada por uma rede colaborativa cujos verbetes passam por um complexo processo de validação da informação (GONÇALVES, 2014), trata-se de um espaço que diz muito sobre a maneira contemporânea de pensar e definir conceitos da vida cotidiana. Entretanto, tal definição é bastante problemática e ajuda a definir parte dos desafios existentes para compreensão dos produtos midiáticos consumidos pelas crianças.

Em primeiro lugar, o verbete contempla o audiovisual, mas exclui os produtos que estão fora da televisão, como é o caso do cinema e especialmente do YouTube, onde uma infinidade de gêneros, formatos e tipos de produtos são explorados por crianças, que cada vez mais são onipresentes nesse espaço. Em segundo lugar, o verbete define programa infantil inserindo o público apenas ao final do processo: às crianças é destinado um conjunto específico de conteúdos televisivos que, via de regra, não seriam produzidos por elas. Não caberia às crianças, assim, outros lugares no circuito comunicativo, como o de produtores ou de mediadores do conteúdo que consomem. Mais uma vez, o verbete “programa infantil” exclui, por exemplo, o papel fundamental dos *youtubers* mirins e de

muitas outras crianças que frequentemente dominam variadas etapas do circuito comunicativo de produtos midiáticos dos mais heterogêneos.

O nosso interesse neste artigo é sobretudo compreender o caráter excludente existente em torno do que se define usualmente como programa infantil. Nossa investigação não aglutina necessariamente os produtores mirins de conteúdo, considerando que já existe um grupo de autores que vêm trazendo importantes contribuições nessa perspectiva, como Bragaglia e Ferreira (2016) e Tomaz (2017). A nossa maior preocupação consiste especificamente em um elemento que é mais naturalizado e que portanto é mais difícil, à primeira vista, de ser visualizado como sendo um problema: o fato de que as crianças com frequência consomem um grande conjunto de programas que não estão inseridos no que se considera socialmente como infantil. No extremo, boa parte das crianças brasileiras – quiçá a maior parte – não consome programas infantis tanto porque 1) não têm acesso a eles ou 2) estão inseridas em um contexto social/familiar que prioriza a expectatorialidade adulta. Integram esse grupo as crianças, por exemplo, que assistem às telenovelas e aos programas de auditório juntamente (ou não...) com pais e responsáveis, que vão ao cinema para assistir a filmes de suspense ou comédias românticas e que ficam acordadas de madrugada consumindo produções com alto caráter sexualizado e violento. Assim, como definir um conceito em torno de “programa infantil” considerando que um grande número de crianças consome exclusivamente ou em grande parte os conteúdos “de adultos”?

Esta é uma questão complexa que, sabemos, não pode ser entendida em plenitude ao longo de um artigo. Estudar o consumo midiático das crianças constitui não só uma forma de entender e mapear processos de transmediação (BUONANNO, 2008), ou as táticas para a participação no mundo atual (CERTAU, 1994), mas também de compreender o papel das crianças na construção e consumo dos conteúdos midiáticos, além de eventualmente mapear suas características na dinâmica familiar. Nossa proposta, nesse sentido, é iniciar uma reflexão sobre o que é definido como programa infantil especificamente no caso da mídia brasileira. Entendemos que este é o primeiro passo para, em momento posterior, fazermos uma cartografia em torno do tipo de consumo midiático que as crianças brasileiras fazem para além do que usualmente se considera “infantil”. A proposta deste texto é conceitual e se insere em um projeto mais amplo, ainda em fase

inicial, que objetiva entender o consumo audiovisual de crianças que vivem em regiões carentes do estado do Rio de Janeiro. O passo seguinte é fazer uma etnografia para entender as problemáticas envolvidas nesse consumo a partir do argumento que desenvolvemos no presente artigo: o que se entende usualmente como “programa infantil” não permite compreender as complexidades existentes em contextos nos quais as crianças não têm acesso a produções idealizadas para elas, frequentemente encontradas apenas na televisão por assinatura e no cinema, entre outros espaços elitizados e bastante segmentados de consumo audiovisual.

Nossa proposta, assim, é identificar o que socialmente se entende como programa infantil para, então, termos condições de mapear com consistência os variados tipos de consumo que as crianças fazem dos produtos audiovisuais. Neste artigo, dois caminhos são trilhados para o debate da temática: faremos inicialmente uma breve discussão sobre alguns limites do conceito contemporâneo de infância e a ligação desses limites com a cultura midiática para, em seguida, analisarmos o caráter excludente dos programas infantis sob duas óticas que se sobressaem na construção social desse fenômeno. De um lado, temos a consolidação de um olhar eurocêntrico em torno dos programas infantis e, de outro, temos a intrínseca relação existente entre esses programas e a cultura mercantil.

Que olhar predomina sobre a infância?

O imaginário contemporâneo em torno da infância é um fenômeno recente, fruto da Modernidade e da Revolução Industrial (STEINBERG; KINCHELOE, 2001). Entendido como uma construção social, esse imaginário tem sido problematizado desde o início do século XX, mas a partir de uma dinâmica argumentativa em boa medida linear que entende a infância como sendo o primeiro estágio da vida. Estudar a infância, neste cenário, configura-se como a compreensão e crítica de uma instituição que se mantém em constante mutação desde o século XVII. A consolidação do sistema estudantil, o processo de Revolução Industrial, o fim da escravidão e a independência das colônias europeias determinaram novas formas de sociabilidade. A orientação da sociedade para o futuro (HELLER, 2013) somada ao olhar psicanalítico, a incorporação da noção de preparo e a configuração da educação como pilar fundamental desse estágio da vida constituíram-se

como elementos para a definição da infância como instituição idealizada. Tal fato cristaliza determinados cuidados relacionados a essa fase da vida, em que estruturas sociais e marcos legais tentam protegê-la num esforço de garantir a perpetuação de uma sociedade na qual as crianças “são o futuro” e, portanto, merecem cuidados que têm em vista a preservação do indivíduo em formação.

Paralelamente à consolidação da ideia de infância, houve a expansão das políticas de educação, modelo que não se expandiu de maneira igualitária. Grupos étnicos e sociais diferenciados passaram a incorporar os valores da infância idealizada por uma sociedade cada vez mais inclinada às perspectivas de progresso e orientada aos ideais europeus. No Brasil, este fato pôde ser observado através da criação do ECA³ – Estatuto da Criança e do Adolescente –, que estabelece garantias legais para a preservação desse estágio da vida. Políticas públicas específicas foram criadas e houve a consolidação/incorporação de grupos historicamente marginalizados no Sistema Educacional Brasileiro, principalmente após o governo de Getúlio Vargas⁴.

Esse pano de fundo dialoga com a identidade socialmente instituída na infância. Ao pensar a adolescência, Luciana Coutinho (2005) afirma que a constituição da identidade nessa etapa da vida ocorre a partir da ruptura com a família e a busca por grupos de reafirmação. Esta leitura, porém, tem sua base na constituição familiar tradicional. Há, entretanto, a criança que se encontra no centro tanto de dinâmicas familiares plurais, configuradas desde a ausência parental por questões laborais, quanto de dinâmicas familiares complexas em que o adulto que se constitui como referência está diluído em diversas figuras que permeiam a rotina da criança, como professores, tios, avós, vizinhos etc. Coutinho destaca, com base no pensamento freudiano, a ideia de representação e reafirmação que a saída da infância impõe ao sujeito, fruto de um trabalho intensivo de elaboração do laço social a partir das referências simbólicas transmitidas pela cultura e representadas pelos ideais. O adolescente é particularmente afetado pelos impasses relativos a essa transmissão, de modo que é crucial entender a importância das influências ainda na infância, e os impactos na formação identitária desse sujeito.

³ O ECA foi criado em 1990 e estabelece uma série de normas para a proteção de crianças e adolescentes. No decorrer dos anos, novas medidas foram incorporadas.

⁴Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm>. Acesso em: 03 jan. 2020.

A infância, assim, se destaca como objeto de interesse, mas exige um deslocamento no olhar. Apesar de todos os discursos de proteção que a circundam, percebe-se que se trata de um modelo hegemônico que não atende a *todas* as crianças. Há, pois, um grande distanciamento entre a infância discursiva, aquela idealizada pelos livros e demais instituições, e a prática, estabelecida no cotidiano. Aquelas que têm capital familiar suficiente, têm a preservação deste estágio da vida de acordo com valores estabelecidos socialmente. As demais, que porventura sejam destituídas desse capital, encontram-se numa difícil posição em que a proteção dos seus direitos básicos depende de um intrincado sistema que se reveza entre o senso de responsabilidade do Estado e as benesses do mercado, algo bastante perceptível na produção midiática, como é o caso da popularização das plataformas midiáticas digitais.

Após a popularização da internet, houve uma mudança nos mapas de inclusão e, principalmente, nos de exclusão social. Conceitos como “nativo” ou “incluído” digital passaram a compor a realidade das crianças, assim como a expectativa de acesso e letramento digital desde a educação infantil (EMERA, 2014). De acordo com pesquisa realizada pela ESPM com autoria de Luciana Corrêa, 91% dos jovens conectados utilizam o YouTube com frequência. A plataforma de vídeos superou os números do Instagram e do Facebook, que ficaram com 63% e 61%, respectivamente (CORRÊA, 2016). Tal fato se justifica pela grande quantidade de materiais disponíveis na plataforma.

Por outro lado, ainda temos um número imensurável de crianças destituídas de acesso que, muitas vezes, são invisibilizadas nos processos metodológicos das pesquisas científicas. É neste contexto que os meios de comunicação tradicional reconfiguraram seus conteúdos e pilares de consumo. Apesar de os dados apresentados pelo IBGE⁵ apontarem que 64,7% dos brasileiros utilizaram a internet em 2016, sabe-se que a falta de infraestrutura em dadas regiões e de capital para a manutenção do serviço dificultam o acesso. Neste cenário, a televisão aberta se mantém como um dos principais veículos de comunicação no Brasil. Ainda segundo o IBGE, 69 milhões de residências possuem

⁵ Dados da matéria “Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE”. Disponível em: <<http://abre.ai/asjl>>. Acesso em: 09 nov. 2019.

aparelhos de televisão no país⁶. A redução gradativa e, por fim, a extinção da programação infantil na grade fixa da maior parte dos canais da televisão aberta brasileira (HOLZBACH, 2018) esbarra em uma série de fatores que delimitam e regulam os espaços da infância na sociedade. Um fato que foi anterior ao fim deste tipo de programação, mas que é digno de menção, foi a promulgação da Resolução 163 do Conanda – Conselho Nacional dos Direitos da Criança⁷ – que reconheceu como abusiva a publicidade dirigida ao público infantil.

Tal determinação atingiu diretamente a receita dos canais, já que a publicidade veiculada nos intervalos e até mesmo durante esse tipo de programação era voltada para as crianças. Nesse caso, salvo raras exceções, como TV Cultura, SBT e dados horários sem programação fixa que recebem o enxerto de desenhos animados considerados infantis, não há espaço determinado ou com preparo prévio de conteúdo para esse público. Por outro lado, Netflix e YouTube se tornaram as estruturas favoritas para estes conteúdos⁸. Enquanto a Netflix, desde 2014, tem um menu exclusivo nomeado “Infantil”, que reúne milhares de desenhos animados, novelinhas, filmes e séries supostamente destinadas às crianças, o YouTube oferece uma complexidade de tipos de conteúdo audiovisual bastante difusos e que são, a priori, categorizados como “infantil”. Nele, há desde canais autorais com conteúdos similares aos oferecidos pela Netflix até programas exibidos nos canais televisivos e nos cinemas, no passado e no presente, além de uma infinidade de conteúdo “amador”, disponibilizado pelos usuários. Essa profusão de conteúdo não institucionalizado se divide entre canais oficiais de animações de grandes

⁶ Dados da matéria “Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não têm TV no Brasil”. Disponível em: <<http://abre.ai/asjp>> Acesso e: 9 nov. 2019.

⁷ O órgão, vinculado à Secretaria de Direitos Humanos da Presidência da República, categorizou como abusiva a publicidade dirigida ao público infantil sob a alegação de que fere a Constituição, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA — Lei 8.069/1990) e o Código de Defesa do Consumidor (CDC — Lei 8.078/1990). De acordo com texto publicado no Portal do Senado Federal, “O artigo 37 do CDC, por exemplo, considera abusiva, entre outras, ‘a publicidade que se aproveite da deficiência de julgamento e de experiência da criança ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à saúde’. Na Constituição, o artigo 227 diz que ‘é dever da família, da sociedade e do Estado’ assegurar à criança, ao adolescente e ao jovem, com absoluta prioridade, seus direitos e colocá-los a salvo de toda forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão. E o artigo 17 do ECA prevê o direito ao respeito, abrangendo, entre outros, a inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral.” Disponível em: <<http://bit.ly/2P5Lmre>> Acesso em: 27 jan. 2020.

⁸ Netflix e YouTube são apenas mencionados porque apresentam complexidades que não cabem no escopo e no espaço deste texto.

empresas, como Mauricio de Sousa Produções e Grupo Disney, e conteúdos não autorizados, que, diferentemente da Netflix, podem ser acessados sem a existência de um *login* ou assinatura do suporte, mas que, de qualquer forma, exigem a estrutura gramatical e tecnológica que permita o acesso aos vídeos. A existência e a força de espaços como Netflix e YouTube na exibição de conteúdo infantil exigem que repensemos a relação construída historicamente entre programa infantil e televisão (convencional, formada pelos canais abertos e por assinatura). Cabe destacar, ainda, que mesmo após a resolução 169 do Conanda, a publicidade ainda ocorre no ambiente digital sob a forma dos chamados *unboxing*⁹ ou diluída no conteúdo dos canais¹⁰.

De todo modo, há uma fatia do público infantil sem acesso doméstico à internet. A partir desse aspecto, torna-se necessário um estudo aprofundado que proponha o entendimento das práticas de consumo midiático e narrativas, tendo como fatores determinantes as questões locais tecnológicas e processos de significação do que é passível de consumo por este público. Além disso, deve-se problematizar o conceito de infância e a criança neste contexto.

O embate entre a mídia e a infância

No decorrer do século XX, alguns autores do campo da Comunicação manifestaram preocupações em torno da relação entre mídia e infância, mas mantiveram um olhar prioritariamente moderno, no qual a criança indefesa, imatura e em processo de formação cognitiva consumiria os produtos midiáticos sem qualquer ou com pouco posicionamento reativo ou crítico. De maneira geral, o olhar analítico parte das mídias para definir métodos de análises de diferentes processos. O deslocamento no olhar que propomos permite que a partir da perspectiva de uma infância atuante, ela apresente sua relação com as mídias. Este protagonismo, já anunciado por Clarice Cohn (2005), rompe com a tradição frankfurtiana, calcada nos pressupostos da alienação.

⁹ Consiste na abertura de embalagens em frente à câmera para mostrar a reação do ou da *youtuber*. Muitas vezes, são presentes enviados por empresas interessadas na publicidade do lançamento de algum produto.

¹⁰ O fim definitivo da publicidade infantil reduziria em 13% a receita de anunciantes. Mesmo após a determinação, que tem efeito de lei, observa-se que diversos canais no YouTube e, inclusive, a própria TV aberta ainda não se adequaram à norma. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-08/proibicao-da-publicidade-infantil-reduziu-em-13-receita-de-anunciantes>. Acesso em: 17 dez 2019.

Para ler o Pato Donald, de Dorfman e Mattelart (2003), e *Sedução do Inocente*, de Fredric Wertham (2005), apresentam os temores em torno da cooptação da infância por produtos da indústria cultural. Se Dorfman e Mattelart baseiam seus textos nos conceitos de colonização e alienação através do consumo dos desenhos e revistas Disney, Wertham associa delinquência juvenil aos quadrinhos. O olhar crítico direcionado às HQs foi, em grande parte, herdado pelos desenhos animados, já que os arquétipos apresentados poderiam ser localizados nas animações e programas infantis. A participação da criança no texto, assim, emerge apenas como ponto de partida para argumentações que potencializam a ideia de que ela deve ser entendida como uma figura incapaz de dialogar a partir das próprias experiências com o conteúdo proposto.

Esses olhares deram base para se perceberem as produções midiáticas que, a partir da concepção de criança como sendo um consumidor passivo, estabelece uma política de segmentação de público ao definir o conceito de “programas infantis” de forma bastante problemática. Desenhos animados, novelinhas infantis, *game shows* e outras produções, assim, constituem um esforço por parte das empresas midiáticas de aglutinar esses indivíduos ao redor de produtos específicos e excluí-los, conseqüentemente, de outros produtos, considerados “para adultos”. Existe ao menos uma forte contradição nessa lógica, tendo em vista que não é raro crianças atuarem em programas destinados aos adultos – telenovelas, séries e filmes –, explicitando o fato de que a rigor elas podem trabalhar nesses produtos, mas não podem ou não devem consumi-los.

Em pesquisa anterior (HOLZBACH; NANTES; FERREIRINHO, 2019) já desenvolvemos um primeiro esforço para entender os critérios que definem socialmente, de maneira genérica, o que seria programa infantil. Nosso olhar não estava voltado para os limites da expressão, como propomos aqui, mas para as características que os programas infantis televisivos reúnem para serem reconhecidos enquanto tais. A partir da observação de produtos exibidos por 30 emissoras de 16 países de todos os continentes habitados, compreendemos que o conceito de programa infantil é definido pelas emissoras sob duas características principais:

- há indicação explícita de ser destinado às crianças, de zero a 12 anos. Isso pode acontecer na forma oralizada, ou seja, em caso de programas cujos apresentadores agem como se conversassem com crianças, e também a partir

da narrativa e da estética dos programas, como em situações nas quais os cenários são lúdicos e tentam suprir expectativas que, entende-se, pertencem ao universo infantil;

- há publicidade direcionada às crianças e esta sempre aparece associada aos programas, seja no intervalo comercial ou no interior da narrativa.

O mapeamento realizado mostrou que os programas infantis podem ser categorizados em 1) desenhos animados, 2) ficção seriada (telenovelas e séries) e 3) programas de auditório. A reunião desses produtos em torno da chave “programa infantil” aconteceu conjuntamente com a cristalização da grade de programação das televisões abertas, que historicamente aglutinou as produções direcionadas às crianças em horários e faixas específicas. No Brasil, o *primetime* infantil instalou-se no horário matutino, de segunda a sábado, ainda na década de 1960, e assim permaneceu até o início dos anos 2000. A faixa era composta por diversas animações, algumas delas, inclusive, pensadas originalmente para o público adulto, como os *Flinstones* (1960), que era apresentado às 20:00h nos Estados Unidos, durante os anos 1960, mas no Brasil chegou a ser exibido às 10:45h, pela TV Tupi. No decorrer dos anos 1980, a entrada do *Xou da Xuxa* (1986) na Rede Globo consolidou a faixa de horário matinal para as crianças na emissora, algo que seria mantido por quase 30 anos mesmo após diferentes empreitadas como *TV Colosso* (1992), *Angel Mix* (1996) e *TV Globinho* (2000)¹¹, e que fora seguido, por exemplo, pelo SBT, que até hoje dedica esse horário a produtos destinados ao público infantil.

No Brasil, a instituição da programação infantil no horário matutino durante a semana teve em vista uma construção do cotidiano familiar na qual as crianças supostamente estariam em casa na parte da manhã e frequentariam a escola à tarde, ao passo que os pais estariam ou trabalhando fora ou cuidando dos afazeres domésticos. Trata-se de uma idealização da noção de família que segue moldes de uma classe média (branca) que desconsidera, dessa forma, a grande quantidade de crianças pobres que não

¹¹ Para evitar o embate direto com a Globo, emissoras de menor audiência investiram em horários diferenciados para a programação, a exemplo *Disney Club* (SBT, 1997), originalmente exibido às 18:00h, *Clube da Criança* (Manchete, 1984), exibido inicialmente às 16:00h, e *Agente G* (Record, 1995), exibido às 20:00h. Entretanto, essas experiências aconteceram de forma pulverizada e, por isso, não consolidaram o público infantil nas faixas de horário em que foram exibidas.

frequentavam a escola ou as famílias com integrantes desempregados, que em muitos casos dominavam os usos da televisão ao longo de todo o dia.

Essa política de segmentação de público infantil definida pela grade de programação tem sérias e ainda pouco compreendidas implicações ideológicas, entre as quais o enorme caráter eurocêntrico na definição de produção infantil (STEINBERG; KINCHELOE, 2001). O eurocentrismo caracteriza-se por um olhar de mundo endógeno e autocentrado, sustentado por inúmeros tipos de narrativas, que tem em vista o desenvolvimento e as características da Europa instituídas na modernidade como referência de validação universal para as mais diferentes searas sociais (TANSEL, 2014). Além de hierarquizar os olhares de mundo de forma a inferiorizar o conhecimento produzido fora da Europa ocidental, a perspectiva eurocêntrica desconsidera as conexões socioculturais historicamente construídas mundialmente, o que tem sido fundamental para a perpetuação de estereótipos e silenciamentos. Existe atualmente um esforço para ultrapassar esse olhar, e é fundamental entender o lugar das produções infantis nesse contexto. Com efeito, o caráter eurocêntrico percebido nas produções infantis cristaliza o conceito de infância apoiado em um olhar que exclui uma gama de representações desenvolvidas fora da Europa moderna, como as representações raciais e de gêneros não-binários. Nas animações infantis, por exemplo, o eurocentrismo é recorrentemente enfatizado na escolha das vozes e modos de falar das personagens e nos movimentos e uso de paletas de cores específicas, as quais priorizam esteticamente personagens brancos (DORNELLES, 2019). A estrutura de gênero explicitada nas histórias, por sua vez, é hegemonicamente formada pelo binarismo homem x mulher / menino x menina, especialmente quando se trata dos mocinhos e protagonistas das histórias. Isso acontece mesmo quando as personagens são antropomórficas: os animais agem no espectro do binarismo de gênero, reproduzindo comportamento “dos meninos” ou “das meninas”. A paleta de cores frequentemente aciona tons de azul para meninos e tons de rosa para meninas, numa típica representação moderna que dicotomiza e silencia as problemáticas contemporâneas em torno da sexualidade humana.

Em termos narrativos, ainda no caso das animações, o tipo textual mais recorrente em longas-metragens infantis é a fábula, que se constitui a partir de condições de produção e instâncias de poder. De acordo com Veiga Neto (2015, p. 56): “governar-

se a infância com o objetivo de conduzi-la para determinados ‘lugares’ numa cultura, para determinadas posições numa sociedade e para determinadas formas de vida já partilhada por aqueles que já estavam ali”. Com efeito, o cenário de formação identitária e construção de um mapa de navegabilidade histórico/social para as crianças tem como base estruturas hegemônicas as quais, numa perspectiva gramsciana, atuam na esfera de dominação através do direcionamento das leituras do mundo.

Simbiose entre programas infantis e mercado

Há, ainda, outro componente importante na intrincada construção social da infância: a relação construída entre os programas infantis e os produtos mercantis. Num estudo sobre comunicação de massa, Wilson Dizard (2001) comenta a estratégia da sinergia e a configuração do mercado de licenciados tendo como exemplo a Walt Disney. Um deles é o *Rei Leão* (1994), que alcançou uma lucratividade de 4,6 bilhões de dólares até 1997 somente pela utilização de imagens do filme em brinquedos, roupas e embalagens de alimentos, fora os lucros obtidos com a venda de VHSs e DVDs do original e das sequências. A sinergia passou a ser o objetivo de todas as produtoras, pois o lucro obtido com a venda de produtos é muito superior ao da bilheteria.

Desde pelo menos a década de 1980, os produtos midiáticos direcionados a crianças consideram não apenas o produto em si, mas a maneira como ele pode ser explorado mercadologicamente ao longo e após a produção ir ao ar. Isso já foi observado por Stabile (2003) e também por Perea (2015), mas dentro de argumentos com poucas problematizações, visto que os objetos das autoras estavam mais relacionados à compreensão do desenvolvimento histórico de determinados produtos, como os desenhos animados. Pelo menos há 40 anos, a definição de programa infantil tem em vista *necessariamente* o seu potencial de exploração comercial por meio de produtos licenciados. Brinquedos de toda ordem, roupas, sapatos, produtos de higiene, ferramentas escolares, louça, malas de viagem e toda sorte de objetos dividem espaço com produtos midiáticos como peças de teatro, canais no YouTube, aplicativos e álbum de figurinhas que intentam prolongar ao infinito a experiência de fruição dos produtos infantis através de poderosas e inclementes estratégias comerciais.

Isso acomete todas as categorias de produtos midiáticos pensados para as crianças, mesmo as muito pequenas, como é o caso da *Galinha Pintadinha* (HOLZBACH, 2018). A galinha azul que é protagonista de dezenas de vídeos inocentes no YouTube, direcionados principalmente aos bebês, é atualmente um império de licenciamentos. Em 2015 ela ficou em 89º lugar num *ranking* das 150 maiores marcas do mundo em licenciamento, à frente de Sony, Volkswagen e Lamborghini¹². Já se foram mais de 300 milhões de dólares em licenciamento que fazem com que a Galinha assuma, nesse levantamento, a melhor posição de uma marca brasileira. Isso incentivou os criadores, Juliano Prado e Marcos Luporini, a apresentarem a *Galinha Pintadinha* em feiras de licenciamento como importante estratégia de crescimento econômico.

A intensa relação existente entre programas infantis e as estratégias comerciais de consumo potencializa o caráter mercantil que não pode ser ignorado ao refletirmos sobre a construção do conceito de infância na contemporaneidade. Mais do que produtos disponíveis para consumo, os produtos licenciados se transformam em parte integrante da experiência de fruição de desenhos, novelinhas e séries, o que aumenta em progressão geométrica o caráter excludente do conceito de programa infantil que estamos debatendo neste trabalho. Se vivemos em um contexto midiático que exclui um enorme número de crianças do consumo do que se considera como sendo programa infantil, essa exclusão toma proporções ainda mais intensas quando englobamos os produtos mercantis que orbitam esses programas. Para além do problema evidente de a criança entrar em uma loja e não poder adquirir o brinquedo do seu desenho animado favorito, esse elemento oferece um grande potencial de exclusão ao reconfigurar um conjunto de experiências que perpassam o dia-a-dia da criança, desde a escolha da pasta e da escova de dentes passando pelo prato e pelos talheres do almoço e chegando à mochila e aos tênis usados para ir para a escola, por exemplo.

Considerações finais

As ciências humanas já sabem, desde pelo menos a publicação, em 1867, de *O Capital*, de Karl Marx, que existe um enorme caráter de exclusão na maneira como a

¹² Dados publicados pela *Forbes*. Disponível em: <<http://abre.ai/ar2B>>. Acesso em: 08 nov. 2019.

sociedade moderna formatou suas características. Essa exclusão tem em vista os usos econômicos e valores simbólicos construídos em torno dos bens de consumo, entre eles, enfatizamos aqui os produtos midiáticos. Considerando que o conceito de infância é resultado de um processo histórico culminado na modernidade capitalista, é evidente que os produtos midiáticos e mercantis perpassam esse conceito desde o seu cerne. Destacamos, neste artigo, um elemento que consideramos ser basilar na compreensão da infância contemporânea nesse contexto – os programas infantis – através de uma chave específica de leitura, que enfatiza o caráter excludente desses programas.

A partir disso, localizamos dois importantes elementos que atuam impondo limites na definição de programa infantil. Primeiramente temos o olhar eurocêntrico instituído tanto na estrutura de exibição dos programas infantis – a partir da grade de programação – quanto na estrutura interna desses programas. Enfatizamos a narrativa e a estética desses produtos como elementos nevrálgicos para compreensão desse olhar, que exclui em grande medida representações que fogem do padrão moderno europeu. Em segundo lugar, é premente consideramos a relação simbiótica existente entre os programas infantis e a mercantilização de bens de consumo. Cada vez mais, a experiência de fruição dos programas infantis se estrutura a partir de estratégias conscientemente formatadas de venda de produtos que orbitam e atravessam a experiência midiática infantil. O papel social dos programas infantis, sustentamos, só é compreendido com amplitude se levarmos em conta a maneira como o universo de produtos mercantis se relaciona com os produtos midiáticos.

Finalmente, sustentamos que os problemas destacados no caráter excludente do que se entende como programa infantil não significam, todavia, que as crianças sejam passivas a essas questões. Acreditamos que elas dialogam e reagem aos mecanismos de opressão configurados nos programas infantis e na (cruel, excludente e) sólida cultura do consumo. Precisamos, agora, entender melhor quais estratégias elas acionam e de que maneira o comportamento delas reconfigura e questiona o lugar hegemônico dos produtos infantis midiáticos. Este é um dos desafios que almejamos ainda realizar.

Referências

- BRAGAGLIA, Ana Paula; FERREIRA, André Luiz. Os youtubers mirins e a felicidade através do consumo. **Temática**, v. 12. n. 12, p. 1-17, 2016.
- BUONANNO, Milly. **The age of television: experiences and theories**. Brixton-UK/ Chicago-US: Intellect, 2008.
- CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- COHN, Clarice. **Antropologia da criança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- CORRÊA, Luciana. **Geração YouTube: um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças. 0 a 12 anos – Brasil – 2005/2015**. São Paulo: ESPM/MediaLab, 2016. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/wp-content/uploads/2018/09/Media-Lab_Luciana_Correa_2016.pdf>. Acesso em: 27 jan. 2020.
- COUTINHO, Luciana. A adolescência na contemporaneidade: ideal cultural ou sintoma social? **Pulsional Revista de Psicanálise**, v. 17, n. 181, p. 13-19, 2005.
- DIZARD, Wilson. **Comunicação de massa na era da informação: a nova mídia**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para ler o Pato Donald**. 5 ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2003.
- DORNELLES, Wagner. **O que se cala: panorama da representação negra nas animações mainstream**. (Dissertação mestrado em Comunicação) Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2019.
- EMERA, Simone de Oliveira. **Letramento digital na educação infantil**. Caxias do Sul: Congresso de pesquisa e extensão da FSG, n. 11, p.111-222, mai. 2014.
- GONÇALVES, Márcio. **Wikipédia: discurso e validade da informação**. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro-RJ, 2014.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. 8. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.
- HOLZBACH, Ariane. Para pequenos grandes espectadores: a produção televisiva brasileira direcionada a crianças pequenas a partir do caso da Galinha Pintadinha. **E-Compós**, v. 21, n. 2, p. 1-22, mai./ago. 2018.
- HOLZBACH, Ariane; NANTES, Joana D`Arc; FERREIRINHO, Gabriel. Onde estão as crianças? Uma investigação mundial da programação infantil na TV aberta. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 28. **Anais...** PUC-RS, Porto Alegre, jun. 2019. Disponível em: <http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_LXL1CESX2ETXCCMJRRPT_28_725_21_02_2019_12_32_15.pdf>. Acesso em: 27jan. 2020.
- PEREA, Katia. Girls Cartoon second wave: transforming the genre. **Animation: An Interdisciplinary Journal**, v. 10, n. 3, p. 189-204, 2015.

STABILE, Carol; HARRISON, Mark (Orgs.). **Prime Time Animation: television animation and American culture.** New York: Routledge, 2003.

STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. (Orgs.). **Cultura infantil: a construção corporativa da infância.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

TANSEL, Cemal Burak. Defending silence? Marxism, international historical sociology and the spectre of eurocentrism. **European Journal of International Relations**, v. 1, n. 25, p.3-26, 2014.

TOMAZ, Renata Cristina de Oliveira. **O que você vai ser antes de crescer? youtubers, infância e celebridade.** (Tese de doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro-RJ, 2017.

VEIGA-NETO, Alfredo. Por que governar a infância. In: VEIGA-NETO, A. (Org.). **Michel Foucault: o governo da infância.** São Paulo: Autêntica, 2015, p. 49-56.

WERTHAM, Fredric. **Seduction of the innocent.** Laurel: Main Road Books, 2005.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Temática
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 17/11/2019
Aprovado em: 11/02/2020

Leslie e Ofelia, meninas que ousam sair do quarto: espaço, feminilidade e corpo em *Ponte para Terabítia* e *O labirinto do fauno*¹

*Leslie and Ofelia, girls who dare to walk out of the bedroom: space, femininity and the body in *Bridge to Terabithia* and *Pan's Labyrinth**

Karina GOMES BARBOSA²

Resumo

Este artigo investiga os modos pelos quais a tecnologia de gênero do cinema opera em produtos culturais que veiculam representações de meninas desafiadoras das narrativas da contenção patriarcal e de feminilidade hegemônica. Para tanto, parte de uma análise cultural crítica de inflexão feminista das protagonistas dos filmes *Ponte para Terabítia* e *O labirinto do fauno*, Leslie e Ofelia, respectivamente, cotejando os estudos feministas de inflexão culturalista, sobretudo, assim como teorias do cinema. O trabalho busca refletir acerca de representações cinematográficas que articulam o ser-menina com uma temporalidade, mas também com os espaços percorridos pelas personagens. Em ambos os filmes, o dispositivo pedagógico cinematográfico oferece lições para esses corpos que ousam ocupar espaços que não lhes pertencem.

Palavras-chave: Meninas. Espaço. Corpo. Feminilidade. Cinema.

Abstract

This article investigate the ways in which technology of gender operates in cultural products that convey representations of girls who challenge the narratives of patriarchal restraint and hegemonic femininity. In order to achieve this, we employ a feminist critical cultural analysis of the protagonists of the films *Bridge to Terabithia* and *Pan's Labyrinth*, Leslie and Ofelia, respectively, using the feminist studies of culturalist inflection, as well as cinema theories. I aim to reflect on cinematic representations that articulate girlhood with a sense of temporality, but also with the spaces covered by the characters, also trying to understand how these bodies occupy such spaces. In both movies, the cinematic

¹ Este artigo se origina do projeto de pesquisa “Quem é essa menina?”, parcialmente financiado com recursos da Universidade Federal de Ouro Preto (Ufop). O projeto investiga representações, afetos e narrativas de meninas no audiovisual contemporâneo.

² Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades da Universidade Federal de Ouro Preto. Doutora em Imagem e Som pela UnB. E-mail: karina.barbosa@gmail.com. ORCID: 0000-0002-1860-3622.

pedagogical device offers lessons for these bodies that dare to occupy spaces that do not belong to them.

Keywords: Girls. Space. Body. Femininity. Cinema.

Prólogo

Convido Cecilia, minha filha de sete anos, para assistir comigo a Ponte para Terabítia. “Você vai estudar esse filme, mamãe?”

As meninas

No tortuoso caminho para tornar-se mulher (cis)³, há uma menina. Essa figura, categoria social extremamente contingente, limiar e difusa, tem sido abordada e dissecada por diversos campos do conhecimento, como a medicina, a psicanálise e a educação, desde que a infância emergiu como construção social (primeiramente como infância masculina e, possivelmente desde a psicanálise, também como infância feminina), uma etapa da vida distinta da vida adulta, povoada por sujeitos demandantes de proteção, cuidado e domesticação, mas ao mesmo tempo, ou sob ponto de vista distinto, seres de direitos, protocidadãos com demanda de tutela. Ao lado disso, a menina vem sendo representada pela cultura, da pintura à escultura, passando pela fotografia, pela literatura e pelo audiovisual. A cultura ocidental produz uma infinidade de sentidos sobre a menina e sobre o ser-menina. Nos estudos feministas, em geral, a menina costuma ser pensada como potência da mulher; como porvir; como algo a ser superado; pensa-se a menina/na menina apenas em relação ao sujeito que ela pode-vir-a-ser, pode tornar-se. As meninas são, assim, uma temporalidade subalterna dos sujeitos femininos⁴ nos estudos de gênero. Faz pouco mais de duas décadas que os *girlhood studies*⁵ vêm se debruçando, especialmente no ambiente anglo-saxão, sobre o assunto, com inflexão culturalista e

³ As dificuldades e experiências no caminho de uma mulher trans, por exemplo, possivelmente são distintas e envolvem interseções de transfobia, entre outras opressões.

⁴ Ao lado da velhice, ainda que nas últimas décadas a velhice feminina esteja emergindo como objeto de estudo de maneira mais consistente.

⁵ Trata-se de um corpo de estudos em torno das meninas ou garotas, estabelecido por volta do final da década de 1980, tendo entre pesquisadoras expoentes Angela McRobbie (1991), Claudia Mitchell (2016) e Lyn Mikel Brown (2008). Desde 2008, o periódico acadêmico interdisciplinar *Girlhood studies: an interdisciplinary journal* reúne as discussões do campo.

multidisciplinar, voltando sua abordagem sobretudo à adolescência feminina. Uma das premissas dos *girlhood studies* é situar historicamente as meninas e garotas. “Para os primeiros vislumbres da infância e da adolescência femininas na modernidade, precisamos pensar sobre a rede de instituições e discursos públicos e populares que separaram as meninas e garotas como um grupo nos termos geracionais e de gênero que reconhecemos hoje”⁶, percebendo que tanto a ideia da menina/garota⁷ quanto sua cultura e seu estudo emergem de maneira conjunta como discursos na vida moderna, conforme explica Catherine Driscoll (2008, p. 14). O campo articula infância e estudos feministas, com esses sujeitos em primeiro plano em relação à vida adulta e às vidas das mulheres, em consonância com discursos contemporâneos de relevo como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU). Leva também em conta interseccionalidades de raça, etnia, sexualidade, entre outras. Não à toa, recentemente os *black girlhood studies* vêm ganhando corpo, bem como reflexões sobre infâncias e adolescências femininas fora do Norte Global, em pesquisas que enfocam as especificidades do ser-menina no Sul Global.

No campo da comunicação, tem havido pouco interesse sobre a menina, apesar da proliferação incessante de discursos acerca da menina e para ela, na mídia (não necessariamente os mesmos discursos): revistas, telenovelas, desenhos animados, filmes, músicas, livros, aplicativos; sem contar a imensa indústria do consumo e da publicidade engendrada em torno desses e de outros produtos como brinquedos, maquiagem, beleza, higiene e vestuário. Vinculada à ideia de menina (ou de *certa* ideia de menina) circula uma série de discursos, bem como uma rede de consumo e sociabilidades economicamente relevantes. Driscoll (2008, p. 15) comenta sobre uma rede de interpretações culturais de ideais populares que circulam por meio da arte, do comentário social e da cultura popular. Na mesma linha, Lyn Mikel Brown (2008, p. 7) argumenta

⁶ Tradução livre de: “For the first glimpses of modern girlhood we need to think about the web of institutions and public and popular discourses that separated girls as a group in the generational and gendered terms we recognize today”.

⁷ Como o vocábulo *girl*, em inglês, tem em português o duplo significado de menina e garota, incorporo ambos à tradução quando me refiro a *girl*. O vocábulo *girlhood* não tem tradução literal óbvia, podendo significar tanto mocidade, quanto infância feminina, adolescência feminina ou meninice, visto que em inglês *girl* é capaz de incorporar tanto o sujeito feminino criança quanto adolescente. Por isso, opto por utilizar, em alguns trechos, *ser-menina* para me referir à *girlhood*.

que qualquer esforço em relação às meninas precisa levar em conta o universo fragmentado e dinâmico da cultura popular e as “maneiras astutas pelas quais formata os desejos das meninas por amor, felicidade, visibilidade e poder”⁸. Contemporaneamente, a menina é enunciada como discurso, ao passo que esses mesmos discursos e essas representações se endereçam às meninas (a nem todas, certamente, pois os enunciados promovem apagamentos e exclusões, interseccionados por opressões de raça, classe, etnia, sexualidade) a fim de ensiná-las e incentivá-las (coagi-las?) a consumirem tais discursos e produtos relacionados a determinadas sociabilidades, partícipes em culturas infantis gendradas midiaticizadas e fortemente consumistas – não à toa, classificadas por Joe Kincheloe e Shirley Steinberg (2001) como culturas infantis do consumo. Nesse contexto, está a cultura de meninas, que é compreendida como um campo de representações conformado por uma série de poderes, que constituem uma gama variada de experiências femininas, nas quais as meninas têm poder (DRISCOLL, 2008, p. 23). O ser-menina, para Angela McRobbie (1991, p. 16), é articulado em e por meio de uma série de instituições e formas culturais, como escola, família e a mídia.

Ao associar menina e infância, estou dialogando com o imaginário hegemônico que vincula a ideia de menina à inocência, virgindade, pureza, brincadeira – ainda que esse conjunto não conforme as únicas imagens sobre as meninas, como muitas representações culturais deixam claro⁹. E tal diálogo não é isento de tensões. A rede de saberes-poderes que atua sobre/acerca da menina age sobre esses corpos muito cedo. Para a medicina, por exemplo, ainda um feto, a menina é enunciada a partir de um ultrassom em que o médico, frequentemente, a descreve em cor de rosa. Ao longo da vida, o corpo continua um dos signos mais fortes do que é ser-menina, e transformações corporais demarcam as fronteiras dessa experiência: a menarca, o crescimento das mamas e a

⁸ Tradução livre de: “the clever ways it shapes girls’ desire for love, happiness, visibility and power”.

⁹ Como as interseções de raça e etnia também deixam claro, enquanto as imagens angelicais são oferecidas prioritariamente às meninas brancas, as “outras” – latinas, negras, pobres, indígenas, trans – são meninas a serem protegidas, corrigidas e salvas pelas garotas poderosas anglo-saxãs (FRASER, 2013).

pubescência costumam delimitar o fim da infância e o início da adolescência¹⁰. Deixar de ser menina é iniciar o percurso de disponibilidade do corpo feminino para o homem¹¹ – logo, para o casamento heteronormativo – e, em seguida, para a maternidade – para a reprodução da força de trabalho, por fim (FEDERICI, 2017). Além dos saberes médico-biológicos, e conectada a eles, uma série de delimitações jurídico-institucionais atua sobre a menina. Para as leis brasileiras e organismos internacionais como a Unesco, a infância vai até os 11 anos e a adolescência se inicia aos 12¹². Nesse sentido, o imaginário de menina está inevitavelmente conectado também a um tempo, a uma etapa da vida. A ideia de ciclo, de geração, ajuda a determinar a cultura das meninas, delimitando-a – mas não é capaz de dar conta dela. Ao me voltar para a cultura das meninas, penso, em conformidade com Driscoll (2008, p. 16), em performances de um gênero¹³ que produzem as identidades da “menina”, ou “um conjunto de gêneros e das práticas de distinção e negociação entre eles”¹⁴, que produzem modos de ser uma menina por meio de uma série de tecnologias de gênero (LAURETIS, 1994), prioritariamente voltados a construir performances de feminilidade. Na visão de Lauren Berlant (2008), a feminilidade tem a ver com um conjunto de práticas discursivas e formações estéticas de expectativas afetivas, que se repetem ou operam com pequenas variações que, não obstante, mantêm conexão e inteligibilidade, permitindo seu reconhecimento como um gênero do discurso. De acordo com Jessica Lauretree Willis (2009), a agência das meninas não pode ser completamente compreendida fora de sua relação com discursos amplos como a feminilidade. Ao mesmo tempo, diz, as ideias acerca da feminilidade estão em interseção com discursos sobre raça, classe, sexualidade, nacionalidade, religião, cidadania,

¹⁰ Mesmo continuando como um evento marcante (LOURO, 2000), essa demarcação corporal do fim da infância feminina tem perdido contornos progressivamente, à medida que a menarca chega cada vez mais cedo. A menstruação hoje começa, em muitos casos, por volta dos 9 anos. Assim, o sangue, que já foi um signo biológico preciso do fim da infância feminina, não pode mais ser considerado sozinho como tal, mas atua em conjunto com uma série de marcas corporais que podem incluir o aumento da estatura, as mudanças hormonais, o surgimento de acne ou o alargamento dos quadris.

¹¹ Com a ressalva de que em muitos países, incluindo o Brasil, o casamento infantil ainda é uma prática recorrente, ou seja, o corpo da menina já é posto à disposição do patriarcado.

¹² A Unesco tem trabalhado com a nomenclatura de primeira infância para crianças de 0 a 6 anos; adolescência entre 12 e 14 anos e jovens de 15 aos 17 anos (ainda que a adolescência siga entre 11 e 17 anos). Essa subdivisão opera especialmente na esfera de políticas públicas direcionadas e indicadores voltados a cada faixa etária.

¹³ *Genre*, em lugar de *gender*.

¹⁴ Tradução livre de: “a set of genres and the practices of distinguishing and negotiating between them”.

geografia. Assim, meninas agem no escopo das estruturas constrangidas que moldam suas existências cotidianas, e “negociam discursos de feminilidade enquanto tomam decisões sobre como interagir com os outros no mundo social”. (WILLIS, 2009, p. 97). O cinema é uma dessas estruturas, tecnologia de gênero que ao mesmo tempo produz imaginários sobre as meninas e normas disciplinares para as meninas, tanto diegeticamente quanto a partir dos atos culturais e de consumo associados a ele, como produtos licenciados, *spin-offs*, sequências, animações, ressignificações, *mash-ups*. Isso ocorre com especial ênfase na indústria hollywoodiana, onde esta prática social (TURNER, 1997) em seu momento pós-clássico comporta um conjunto de práticas industriais e de estilo (BORDWELL, 2006), aliadas a sofisticadas redes de consumo, de desenvolvimento avançado. Na contemporaneidade midiaticizada, o cinema perde seu lugar de protagonismo no cenário audiovisual, competindo com uma série de dispositivos e produtos que circulam mundialmente, em muitos casos, mas continua proeminente como instituição pedagógica e disciplinar e cenário para circulação dessas representações, desses sentidos produzidos acerca do ser-menina, por meio da linguagem e dos códigos audiovisuais (HALL, 2016). Assim, como uma tecnologia de gênero, o cinema é um dos *loci* privilegiados de construção de corpos gendrados e regulador de performatividades de gênero (BUTLER, 2019) hegemônicas desde a infância, fazendo parte do que é ensinar as meninas (e mães e pais de meninas) a, justamente, *como* serem meninas (e, logo, gerando exclusões do que *não é* uma menina), por meio da repetição de imagens, normas e também das interdições discursivas. Investigar os modos pelos quais a mídia executa essas performances, repete essas normas, parece-me um passo fundamental para compreender o ser-menina contemporâneo, levando em conta, ainda, tratar-se de produtos audiovisuais produzidos no Norte Global para consumo, também, no Sul Global.

Neste artigo, parto desses pontos de ancoragem para pensar em certas performances de gênero das meninas circuladas pelo audiovisual contemporâneo que tentam escapar daquela feminilidade ou ir em outra direção. Para isso, penso a menina em termos que se coadunam ao pensamento de McRobbie (1991), do ser-menina como um tempo, mas também em sua relação com o espaço, sem deixar de levar em conta as interseções de poder que atravessam tais representações. Busco realizar uma análise cultural crítica de inflexão feminista dos filmes *Ponte para Terabítia* (2007) e *O labirinto*

do fauno (2006), a fim de articular a performance de gênero das protagonistas Leslie e Ofelia, respectivamente, ao espaço na/da infância para entender como a tecnologia de construção de gênero no cinema resulta nessas representações. Trata-se de dois filmes sobre meninas que estão no limiar instável entre a infância e a adolescência (estão *crecendo*), o que reforça que a infância das meninas não é apenas um tempo, e, ainda como tempo, tem suas fronteiras cambiantes. Apenas um deles é para meninas, visto que *O labirinto do fauno* tem, no Brasil, classificação indicativa de 16 anos, enquanto *Ponte para Terabítia* é livre. São representações, portanto, que circulam em públicos distintos, mas que reverberam culturalmente *certas ideias* acerca do ser-menina.

Chego aos dois filmes a partir de uma cartografia inicial de produções cinematográficas sobre infância e adolescência protagonizadas por meninas em buscas livres na base de dados Imdb.com (considerada a mais completa do audiovisual comercial), como parte do projeto de pesquisa “Quem é essa menina?”, que investiga representações e afetos do ser-menina no audiovisual contemporâneo. Ambos nos interessam justamente por levantarem questões que são caras aos *girlhood studies*, como a contenção e a esfera privada. É a partir desse encontro entre os objetos empíricos e o embasamento epistemológico que surgem os eixos da análise, a saber: o quarto, a floresta e o corpo. O procedimento metodológico se ancora na análise fílmica (AUMONT; MARIE, 2004) para decompor e recompor as produções a fim de propor novas visões sobre o produto, informadas pelo conhecimento situado dos estudos feministas, dos *girlhood studies*.

Figura 6 – Leslie chega à nova escola, e Ofelia, ao carro



Fonte: Montagem elaborada pela autora.

Ponte para Terabítia conta a história de Jess Aarons (Josh Hutcherson), menino de uma família com problemas financeiros e único entre quatro irmãs. Ele deseja um par de tênis novos para ganhar a corrida da escola, que acaba perdendo com a chegada da nova aluna Leslie Burke (AnnaSophia Robb). Leslie é independente, esperta, inteligente e ágil. Aos poucos, ela e Jess, ambos excluídos das turmas “descoladas” e das personalidades dominadoras da escola, se tornam amigos – primeiro no ônibus escolar, depois no caminho de casa. Leslie recebe pouca atenção dos pais, que são escritores, e passa seus dias junto ao amigo e, eventualmente, à família dele. Juntos, constroem um refúgio na floresta onde são rei e rainha e enfrentam criaturas mágicas, fugindo de

situações de *bullying* na escola, violência familiar, desatenção dos pais, e descobrindo o primeiro amor.

Em *O labirinto do fauno*, Ofelia (Ivana Baquero) é órfã de pai, um alfaiate. Sua mãe se casou com um oficial franquista para quem o marido morto costurava as roupas e, na trama, está na reta final da gravidez. As duas se mudam para o campo com o capitão Vidal, onde ele combate as milícias que lutam contra o regime ditatorial na Espanha de 1944. Sozinha e amedrontada, Ofelia passeia pelo bosque local, onde conhece o fauno, que lhe dá três tarefas para que ela retorne a seu verdadeiro lar, o submundo, onde seria rainha. À medida que realiza as tarefas, o combate entre franquistas e rebeldes se intensifica, e a gravidez da mãe avança e se complica, terminando em um parto onde apenas o irmão da menina sobrevive, e Ofelia deve enfrentar seu padrasto para salvá-lo.

O quarto

A questão do espaço tem sido de importância fulcral para as mulheres, há séculos. A partir da consolidação da família patriarcal nuclear burguesa (FRASER, 2013), o raio de ação feminino foi sendo reduzido cada vez mais. Enquanto as mulheres proletárias saíam de casa para trabalhar, circulando na esfera pública por necessidade (mas como coadjuvantes na construção dessa esfera), as mulheres burguesas e de extratos mais altos estavam restritas ao lar, à esfera privada: à casa, aos cuidados com o marido e com os filhos. Mesmo confinadas à esfera doméstica, não eram senhoras absolutas desses espaços, sobre os quais não tinham autonomia de ocupação ou independência. Não é à toa que Virginia Woolf (1990, p. 128) decreta que a independência (literária, no caso a que se referia) da mulher estava vinculada a uma renda própria e a “um teto todo seu”, um espaço autônomo: “é necessário ganhar quinhentas libras por ano e ter um quarto com fechadura na porta se vocês quiserem escrever ficção ou poesia”.

Se a mulher não possuía esse espaço no início do século XX, que dizer das meninas, durante as décadas seguintes? Em seu diagnóstico preciso da *girlhood* da classe trabalhadora britânica, nos anos 1970/1980, McRobbie (1991, p. 14) fala de fantasias narrativas que têm lugar em espaços privados e inacessíveis. Desnorteadas diante de um mundo masculino, que as força a crescer para entrar na roda da domesticidade maternal heteronormativa, as meninas inglesas permanecem em um mundo inescrutável para pais,

professores, jovens trabalhadores, assim como para meninos. Essas narrativas podem ser interpretadas como maneiras de ganhar tempo do mundo real e dos encontros sexuais – uma maneira de evitar o crescimento, negociadas dentro do panorama da cultura pop. Tratam-se de espaços seguros, ou seja, uma subversão daqueles espaços aos quais a mulher é confinada: em busca de fugir desse destino biológico, as meninas se refugiam nos quartos construindo, por meio de ligações umas com as outras, fantasias de segurança que as separam do mundo das culturas juvenis masculinas e da cultura adulta. Não se trata, porém, de um espaço conciliado. McRobbie (1991, p. 37) reforça que as meninas estão fortemente conectadas à família e ao espaço próximo, carecendo “do conhecimento social e expertise que derivam da capacidade de visitar e explorar diferentes partes da cidade sozinhas à maneira dos garotos”¹⁵. Elas não têm direito à amplitude do espaço ocupado logo cedo pelos meninos: não podem andar pela cidade, flunar, conhecer; não é seguro. Assim, estão ao mesmo tempo protegidas e presas em espaços seguros: casa, escola, clube. Esta é a primeira pista de que Leslie e Ofelia constroem suas relações com o espaço de maneiras distintas daquelas impostas às meninas: em *Ponte para Terabítia*, o quarto de Leslie não é mostrado em nenhuma cena do filme (enquanto o quarto de Jess é cenário constante); já Ofelia, quando se muda para a casa de campo do padrao franquista, dorme no quarto com a mãe grávida. Quando a mãe adoce e a menina tem de deixar a companhia dela, as empregadas ajeitam um quarto escuro, às pressas, tirando o pó, removendo coisas e empilhando móveis em um canto, num espaço aparentemente abandonado, para Ofelia dormir. Se Leslie possui esse espaço subjetivo, ao mesmo tempo protegido e prisão, a narrativa fílmica não o considera importante para mostrá-lo; e Ofelia, despossuída de quarto todo dela, ajeitada de improviso num espaço que nem a acolhe nem a prende, se esgueira pela casa à noite quando tem de realizar as tarefas do fauno, escondendo o livro sob tábuas do assoalho.

A ocupação que ambas fazem do mundo, logo, não se dá apenas marcadamente pelo espaço doméstico, como diagnostica McRobbie (1991), seguida por Driscoll (2008), quando fala das culturas do quarto (*bedroom cultures*) ou culturas domésticas (*domestic*

¹⁵ Tradução livre de: "the social knowledge and expertise which derives from being able to visit and explore different parts of the city by themselves in the way boys can".

cultures) de meninas. Para a autora, as práticas e formas culturais posicionavam as meninas em relação ao território que podiam ocupar, como modos de estar no mundo. Modos espacialmente contidos no desenho do quarto (DRISCOLL, 2008, p. 21). A título de exemplo, podemos evocar outras narrativas fílmicas protagonizadas por garotas, como *Sexta-feira muito louca* (2003), *De repente 30* (2004) e *Meninas malvadas* (2004), para percebermos o quanto o quarto da menina tem importância na construção de sua identidade nesse conjunto representacional.

Os quartos compõem os espaços subjetivos nos quais as meninas podem expressar suas subjetividades e, ao mesmo tempo, se proteger das ameaças da masculinidade e da sexualidade. Esses mesmos quartos configuram as prisões a que as meninas estão relegadas diante da impossibilidade de explorar o mundo, flunar pela cidade. A diferença da presença parcial de um quarto improvisado, sujo e escuro, no caso de Ofelia, para quarto nenhum, no caso de Leslie, tem a ver com as temporalidades diegéticas das tramas: *Ponte para Terabítia* se passa nos dias de hoje, enquanto a ação de *O labirinto do fauno* ocorre na Espanha franquista. À parte a distância temporal, algo em comum acontece às meninas: elas não têm um quarto onde se proteger – e, ao mesmo tempo, quarto nenhum é capaz de contê-las. Quando Leslie e Ofelia são despossuídas tanto do aconchego quanto da prisão, quando não têm este *teto todo delas*, que espaço ocupam?

A floresta

Driscoll (2008, p. 22) argumenta que a cultura dos quartos tem perdido importância na contemporaneidade – daí Ofelia ainda ter *algum* quarto destinado a ela, e Leslie não ter nenhum quarto mostrado, porque isso não é mais importante –, mas a ideia da contenção continua a ter grande ênfase nas narrativas e formas culturais sobre/para as meninas. A autora chama tal ênfase, conjuntamente, de “disciplinas corporais e de encarnação”. A abrangência dessa contenção constitui um dos eixos da feminilidade que, para Driscoll, são narrativas de contenção ideológica. E a feminilidade ainda é prevalente em subculturas jovens de meninas, conforme McRobbie (1991), e nas narrativas e produtos culturais acerca das meninas.

Para as pesquisadoras dos *girlhood studies*, diante de tantas limitações impostas pelo patriarcado para que os corpos infantis e adolescentes femininos ocupem espaços do mundo, as meninas constroem espaços subjetivos e percorrem territórios próprios (MCROBBIE, 1991). Mas Ofelia e Leslie realizam duas operações complementares e contraditórias: elas constroem tais espaços subjetivos, e desafiam a contenção que recai sobre os corpos das meninas, transformando *Ponte para Terabítia* e *O labirinto do fauno* em narrativas, de alguma maneira, divergentes daquelas de contenção; e, ao fazerem isso, as próprias Leslie e Ofelia buscam escapar das performances de feminilidade.

Figura 7 – Leslie se balança na corda sobre o rio, e Ofelia desce as escadarias do submundo



Fonte: Montagem elaborada pela autora.

Os territórios próprios de ambas possuem similaridades: é no bosque que Ofelia conhece o fauno. É para lá que foge, onde se refugia, quando quer escapar do ambiente opressivo fomentado pelo padrasto e do distanciamento da mãe. Andando pelo bosque, Ofelia explora lugares antigos, percorre com as mãos os troncos das árvores, vê pequenas fadinhas voando em sua direção. O encantamento da menina pela vida selvagem é mostrado logo no início do filme, quando Ofelia, no caminho para a casa do capitão, desce do carro e caminha, sozinha, atrás de um inseto voador – que se revela uma fada – sem dar atenção à mãe que a chama. O bosque de Ofelia pode ser encantador, como nessa sequência, ou assustador, como quando a menina precisa descer para o interior de uma árvore e enfrentar um sapo gigante que envenena o tronco, quando foge do ser mágico que busca devorá-la ou quando desce uma escada em espiral e conhece o fauno, no que parecem ser ruínas. Mas ela não se acovarda diante do ambiente aparentemente hostil, marcado pela paleta dominada por tons verdes-amarronzados e, nas cenas noturnas, pela escuridão. Ao contrário, conquista o território a cada travessia, que é sempre feita para baixo, para o reino do submundo onde ela é a princesa prometida.

Leslie também se encanta pela floresta. Ela caminha com Jess e o convence a adentrar o espaço. A cada passeio, a menina vai mais longe, desafiando os limites impostos pela sociedade a quem perambula ali. A última fronteira é um rio, que Leslie atravessa agarrada numa corda, em um sumário das diversas tentativas. Ela também não se acovarda diante dos fracassos iniciais. Atravessar o rio é aventurar-se; é a abertura à errância e ao desconhecido. É o desafio à norma patriarcal que diz às meninas: fiquem em casa. Por isso, quando atravessa o rio, do outro lado da floresta, Leslie começa a construir seu reino junto com Jess: Terabítia. Leslie nunca tem medo do que está do outro lado. Quando *trolls*, esquilos mágicos, pássaros encantados (como harpias) e diferentes tipos de animais ameaçam o reino, a menina o defende com poderes especiais e incentiva Jess a liberar seu potencial. Em Terabítia, não há escuridão, mas a chuva surge como elemento da natureza que ameaça (e destrói momentaneamente).

A floresta, o bosque, são ecos distantes, vestígios dos espaços comunais da Idade Média, onde agricultores cultivavam suas terras e celebravam festas (FEDERICI, 2017). Esses espaços eram estigmatizados pelos poderes patriarcais – Estado, Igreja – que perseguiram as mulheres no processo histórico de caça às bruxas. O sabá, a suposta

reunião satânica das bruxas, repleta de dança e sexo, ocorreria no bosque, assim como ocorriam de fato as reuniões secretas de camponeses que planejavam revoltas (FEDERICI, 2017). Entendo a entrada de Ofelia e Leslie nesse ambiente secreto da floresta, apartado da sociedade patriarcal, da cidade, da casa, e marcado por travessias espaciais, como uma viagem ao território selvagem de Elaine Showalter (1994); uma viagem literal, que percorre espaços físicos e cria territórios próprios, mas também metafórica: “Aquele espaço proibido fora da borda e para além da convenção, o espaço em que reinventamos linguagem, cruzamos fronteiras, imaginamos possibilidades, e as colocamos em ação criativa”¹⁶, de acordo com Lyn Mikel Brown (2008, p. 6).

Showalter (1994, p. 48) comenta que o território selvagem “espacialmente (...) significa uma área só de mulheres, um lugar proibido para os homens”. Mas, para ela, a zona selvagem é necessariamente imaginária, pois “os homens não sabem o que há no selvagem”. Falando do feminismo francês dos anos 1970, Showalter aponta que, nessas narrativas, bem como em ramos da ficção especulativa norte-americana dos anos 1980, a escritora está fora dos limites do patriarcado, e produz enredos em que “a escritora/heroína, frequentemente guiada por outra mulher, viaja para o ‘país natal’ do desejo liberado e da autenticidade feminina; cruzar para o outro lado do espelho, como *Alice no País das Maravilhas*, é geralmente um símbolo da passagem” (Showalter, 1994, p. 49). Essa posição teórica considera a existência de um continente escuro¹⁷, como chama Hélène Cixous (2017), representado na linguagem fílmica pela mata, pelo bosque.

Elas voltam de longe: de sempre: “fora”, das terras onde as bruxas se manifestam em vida; debaixo, aquém de sua “cultura”; *de suas infâncias* que eles têm tanta dificuldade em fazê-las esquecerem, que eles condenam ao *in pace*. Emparedadas as meninas dos corpos “mal educados” (CIXOUS, 2017, p. 132, grifos originais).

Importante considerarmos, porém, que Showalter aponta o idílio dessa posição e prefere pensar que a mulher escreve a partir de duas vozes: parte dentro da cultura

¹⁶ Tradução livre de: “That forbidden space outside the border and beyond convention, the space where we reinvent language, cross boundaries, imagine possibilities, and put them into creative action”.

¹⁷ Penso na proximidade da mulher com a natureza não em termos de uma essência feminina, como foi proposto nos anos 1970, mas a partir das experiências históricas das mulheres e dos significados culturais da floresta como zona selvagem.

patriarcal, parte fazendo emergir o que era silenciado – os quartos onde são contidas, as florestas onde se libertam. Por isso, Leslie diz a Jess: “A gente precisa de um lugar melhor que a escola. E se tivesse um reino mágico?”.

Para além de um território próprio, Leslie e Ofelia também constroem espaços subjetivos nesses territórios naturais, fuga dos espaços institucionais de vigilância e disciplina, como a casa e a escola. Eles surgem de aberturas em rochas que se tornam escadas; retângulos desenhados a giz na parede que viram portas para um jantar opulento; rios que separam a floresta humana da floresta mágica; casas na árvore que se tornam palácios; pontes para reinos governados por um menino, sua irmã e um cachorro. Tais espaços subjetivos são povoados por seres fantásticos: um fauno, fadas, sapo gigante, *trolls*, pássaros colossais, e dão prova do encantamento do mundo que emerge do cotidiano (opressivo, no caso de ambas). Penso em encantamento como “a irrupção da dimensão mágica numa sociedade regida pela racionalidade e cujas imagens de mundo são sistemáticas e racionalizadas”; a emergência do extraordinário no/do ordinário (GOMES BARBOSA, 2014, p. 299-300). Essas subjetividades atravessadas pelo encantamento operam como proteção diante de um mundo opressor, ainda que as aventuras vividas por Ofelia e Leslie não sejam desprovidas de tensão, pelo contrário. Mas ambas escolhem enfrentar *este* mundo encantado em lugar *daquele*, desencantado, onde a racionalidade masculina impera e onde são oprimidas.

Tais espaços são, assim, erguidos a partir da imaginação das meninas que os encantam. Essa imaginação emana, em muito, das leituras. Quando Ofelia encontra em seu quarto um pequeno ser voador mandado pelo fauno, mostra-lhe a figura de uma fada no livro. Logo o animal se transforma na fada. Terabítia e seus seres mágicos também emanam, em parte, das páginas desenhadas por Jess e das histórias que as ilustrações contam. Como espaços subjetivos da infância – não só das meninas – os livros são rechaçados por alguns adultos. A mãe de Ofelia lhe diz que ela é grande para acreditar em fadas, enquanto o pai de Jess o repreende pela atenção dedicada ao desenho. A imaginação, os livros e a floresta constituem esse espaço encantado onde as meninas podem se refugiar da desatenção dos pais e do *bullying*, no caso de Jessie, ou da opressão do padrasto, no caso de Ofelia.

Para Silvia Federici (2017, p. 272), a relação estabelecida entre seres humanos e natureza se consolida a partir do cartesianismo e sua crença em um mundo “natural, carente de poderes ocultos”, que subsidiava uma construção do sujeito guiado pela disciplina e pelo autocontrole. Nesse processo, “as mulheres foram expropriadas de um patrimônio de saber empírico, relativo a ervas e remédios curativos, que haviam acumulado e transmitido de geração a geração”, e um conhecimento científico que a autora chama de indisputável emerge (FEDERICI, 2017, p. 364). Um conhecimento fundado no patriarcado, que exclui saberes que não interessam ao capitalismo e à perpetuação do controle dos corpos das mulheres pela medicina, pelo estado, pela igreja, pela lei, pelo marido, pelo pai.

Assim, quando Leslie e Ofelia constroem e percorrem tais espaços subjetivos, desafiam a herança do cartesianismo, propondo vivências possíveis às meninas em territórios próprios, atravessados pelo encantamento, construídos e geridos sob leis distintas daquelas patriarcais, que as sufocam e confinam. Elas negociam espaços pessoais e de lazer (MCROBBIE, 1991) próprios, distintos da cultura masculina. Interessante ainda pensar que em momento algum nos dois filmes tais espaços são sugeridos como imaginários ou inventados. Eles constituem, efetivamente, espaços diegéticos tão reais quanto os espaços considerados como tais pela sociedade patriarcal.

O corpo

Leslie e Ofelia resistem à contenção do patriarcado ao percorrer territórios proibidos às meninas, mas seus corpos também são *loci* de resistência imagética e narrativa à contenção. Leslie é apresentada pela câmera como excêntrica logo em sua primeira aparição. Usa roupas coloridas, descoladas, diferentes; gosta de listras, insígnias, broches, camisetas retas e jaquetas. Os tênis são pesados, e não há predominância de rosa ou lilás, bem como de signos considerados femininos, como laços, corações, unicórnios. Os cabelos são curtos, em uma des(re)construção despenteada do típico corte Chanel. Este corpo de menina também não é sexualizado pela câmera, que não assume posição de *voyeur* em relação à personagem, evitando a escopofilia típica das imagens masculinas (MULVEY, 1983).

Leslie, portanto, não é um objeto para o espectador masculino, assim como Ofelia não o é. A menina também não usa cor de rosa, e seus vestidos são simples, sem estampas, dentro da escala cromática de todo o filme, de verdes e marrons. Ofelia protege o corpo com um pacote de livros que carrega nas cenas iniciais da chegada à casa. Os livros são importantes; são outro território subjetivo que Ofelia percorre, fugindo da realidade opressiva da casa; são, também, uma proteção do corpo dela contra este mundo, contra a violência de Vidal. Não à toa, a menina os carrega no ventre, protegendo o corpo infantil das marcas da vida adulta no corpo das mulheres, com a gravidez da mãe. Por isso, a câmera os mostra em close. Livros não constituem signos tradicionais de feminilidade, e a menina é questionada pela mãe ou ridicularizada por ser uma leitora voraz.

Os dois produtos contêm, cada, uma sequência que demonstra como a mídia participa ativamente do processo de inserção dos corpos na cultura gendrada (LOURO, 2000) e, ao mesmo tempo, como o cinema atua como uma tecnologia de construção dos gêneros. Em *O labirinto do fauno*, há um jantar importante oferecido pelo capitão Vidal a membros da elite local, para o qual a mãe de Ofelia lhe dá um vestido novo, verde escuro e engomado, com avental branco e fitas no cabelo para combinar – à moda de uma Alice. A menina se prepara e é elogiada pelas empregadas da casa quando desce as escadas. Mas, antes de comparecer à festa, precisa cumprir a primeira tarefa proposta pelo fauno: eliminar o sapo e pegar uma chave. Ciente do signo de feminilidade que porta – literalmente, veste – ela tira o vestido, pendura-o num galho e entra no tronco com uma anágua. A câmera mostra o vestido balançando ao vento, uma fita voando. Para a surpresa dela, quando retorna à superfície, no fim de tarde, o vestido não está no galho. Ofelia olha em volta, em pânico, e encontra um trapo sujo no chão, aos pés da árvore. A roupa está manchada com a mesma lama que a cobre. Começa a chover. O território em que ela é livre é o mesmo espaço que lhe dá um aviso: as normas que agem para disciplinar os corpos e normalizá-los na moldura heteronormativa são naturalizadas, percebidas como a realidade, e estão impregnadas, mesmo que se tente escapar delas (LOURO, 2000). Quando volta para a casa, tarde, a mãe diz que a filha a magoou, enquanto a menina se lava na banheira. “Às vezes, acho que você nunca aprenderá a se comportar”.

Figura 8 - Leslie e Ofelia em seus vestidos



Fonte: Montagem elaborada pela autora.

Leslie, por outro lado, não tenta escapar, mas brinca com essas normas, já reconhecendo o poder delas sobre os sujeitos. Jess a convida para ir à igreja. Ela aceita. Ele brinca dizendo que tem de usar vestido. “Eu tenho vestido”, ela retruca. Em seguida, há a sequência do culto dominical. A câmera em *contra plongée* localiza a família de Jess, no meio da qual um floco de neve/uma menina alva de roupas claras sobressai. Primeiro, vemos o rosto dela, com os cabelos penteados impecáveis, presos com presilha. A câmera percorre seu corpo, mostrando um vestido de mangas compridas azul bebê e gola elaborada, com um colar sobre ele, até se demorar nos pés, onde um coturno preto demarca a negociação de feminilidade performada. No plano seguinte, Jess olha para baixo e sorri. Eles estão na igreja frequentada pela família dele. Na saída da cerimônia,

Leslie veste um sobretudo branco por cima da roupa elegante, evidenciando seu conhecimento das normas e de como elas agem em determinados espaços, além de marcar o contraste com as roupas coloridas ou escuras que usa no resto do filme. Em aviso ou negociação, é como se a materialidade fílmica das sequências estivessem a nos dizer, a partir desse texto cultural que são os corpos (BORDO, 1993) de Ofelia e Leslie: eis aí *quase* uma menina. Mais que isso: tais corpos também são *loci* de processos de gendramento, segundo Lauretree (2009, p. 101). Na visão da autora, tais corpos, como casas, são *habitados* e, por isso, “carregam e comunicam ideias culturalmente simbólicas sobre gênero e sexualidade (...)”¹⁸. Nesses corpos-casa que as meninas habitam, para Lauretree, agência é, contemporaneamente, uma palavra-chave. Leslie e Ofelia corroboram esse argumento: suas narrativas são conduzidas pela agência delas. Nesse processo em que os sujeitos fílmicos femininos deixam a posição de passividade atacada pela teoria feminista do cinema, alguns aspectos de feminilidade são desafiados, outros permanecem estáveis.

O quarto escuro

No conto *Aqueles que abandonam Omelas*, Ursula K. Le Guin ([1973] 2019) nos apresenta uma criança que é presa e maltratada num quarto escuro. Ela está lá para que as coisas possam continuar a ser como são na maravilhosa cidade de Omelas. A criança é contida para a manutenção do *status quo*. A narrativa se aproxima bastante daquilo que os filmes aqui discutidos fazem com Ofelia e Leslie: diante da ameaça que seus corpos livres, percorrendo espaços proibidos, representam, elas precisam ser contidas. Precisam ser contidas porque buscam romper o *status quo*, rejeitam a feminilidade hegemônica e, ao fazerem isso, ameaçam a manutenção da ordem patriarcal segundo a qual os corpos das meninas são preparados para o uso heteronormativo da reprodução da força de trabalho. Rejeitam ainda a ordem histórica que segrega as crianças (FOUCAULT, 1987), construindo para estas espaços de proteção em relação ao mundo adulto, mas também um universo autônomo, fortemente restrito à esfera privada (o quarto, a escola, o espaço do brincar). Ao relegar as crianças à esfera privada (sobretudo as

¹⁸ Tradução livre de: "carry and communicate culturally symbolic ideas about gender and sexuality".

meninas, com vidas mais contidas que os meninos), delimitam-se as diferenças etárias e demarcam-se as diferenças daqueles que antes eram conhecidos como “pequenos adultos”.

Se a contenção dos quartos não é mais suficiente para prender as meninas; se, na verdade, Ofelia e Leslie são despossuídas de seus quartos e não se prendem a outros espaços de confinamento; se ambas entram na floresta; então, é necessário que a materialidade fílmica desse dispositivo pedagógico que atua para construir e ensinar o gênero e suas performances ofereça uma amarga lição a essas meninas: elas devem morrer. E as mortes são mais uma prova das restrições materiais impostas às meninas (MCROBBIE, 1991, p. 36).

Ponte para Terabítia nos apresenta a seguinte sequência: um dia, Jess não vai à beira do rio encontrar Leslie, ele vai ao museu a convite da professora de música por quem é apaixonado. Choveu, e o rio está enchendo. Jess volta para casa, para encontrar um ambiente de consternação. Contam ao menino que a corda se rompeu, Leslie foi levada pela correnteza. O mesmo passe de mágica que Leslie usou para criar Terabítia é o logro que a elimina do quadro. Ela esvanece no ato final da produção, restando como vestígio na corda rompida, lembrança materializada no chão que Jess toma para si. Até mesmo no reino de Terabítia ela é substituída pela pequena irmã do menino, May Belle, a quem ele convida para reinar com ele. May Belle não ameaça a ordem patriarcal porque é uma princesa mais tradicional: brinca de bonecas Barbie (algumas das quais dadas por Leslie, que não gostava delas), ainda que as transforme a um visual menos padronizado, usa vestidos e laços. Se a estratégia em um produto é apagar Leslie, em *Labirinto do fauno* a morte de Ofelia é reiterada: a cena que abre a narrativa, a menina deitada no escuro, ensanguentada, é retomada na penúltima sequência do filme, em que, após a morte da mãe, o fauno lhe dá a terceira tarefa: salvar a vida do irmão ou reassumir seu lugar no reino do submundo. Ofelia escolhe salvar o irmão, mas é assassinada pelo padrasto. No desfecho, ela se torna princesa do submundo ao lado de sua família. Morta, ela pode, enfim, reinar – e assumir seu lugar, de princesa, na ordem patriarcal.

Figura 9 - O vestígio de Leslie na corda, e o sangue de Ofelia como rastro



Fonte: Montagem elaborada pela autora.

As mortes de Leslie e Ofelia representam, ainda, a imensa carga de branquitude imersa na heteronormatividade que recai sobre as meninas. Uma leitura possível desse conjunto representacional é que das meninas brancas se tem uma gama maior de expectativas às quais elas precisam corresponder. Se, de fato, Leslie e Ofelia são meninas (ou *quase* meninas), as narrativas e a materialidade fílmica em que estão inseridas apontam para a incapacidade contemporânea de conter as meninas nos quartos escuros de Omelas. Como este quarto já não é factível, as narrativas cinematográficas de *Ponte para Terabítia* e *O labirinto do fauno* contêm a feminilidade branca ao apresentar as possibilidades de ruptura atreladas às lições que recebe quem as comete. Desse modo, Leslie e Ofelia deixam de parecer sujeitos possíveis, representações aspiracionais, para

se tornarem advertências pedagógicas dos modos possíveis de ser menina no mundo, dos espaços que se deseja que as meninas percorram: não sujem os vestidos de lama, fiquem longe dos rios, não desçam as ruínas, permaneçam seguras (mantenham-nos seguros).

Ao mesmo tempo, as mortes de Leslie e Ofelia evidenciam quais corpos merecem os *happy endings* dos heróis e heroínas simpáticos (MORIN, 2007). Nem todos estão incluídos na promessa de felicidade doméstica que Edgar Morin anunciava. É preciso que os corpos operem dentro das normas impostas pelo patriarcado para merecerem o final feliz, a “irrupção” de uma felicidade reificada e eternizada pelos rostos congelados antes do “The end”. Os espaços subjetivos que Leslie e Ofelia constroem para resistir à contenção do patriarcado não são suficientes para que permaneçam vivas. Para que uma voz em *off* diga às meninas que “viveram felizes para sempre”, os corpos precisam permanecer na cidade de Omelas, aceitar que algumas serão trancadas num quarto escuro, mortas pelo padrasto ou afogadas num rio. Precisam percorrer os espaços da infância pelos caminhos hegemônicos da feminilidade.

Epílogo

Ao final do filme.

Cecilia, olhos cheios d'água: “Por que ela tinha que morrer, mamãe?”

Não sei, filha.

Referências

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. **A análise do filme**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2004.

BERLANT, Lauren. **The female complaint: the unfinished business of sentimentality in american culture**. Durham/Londres: Duke University Press, 2008.

BORDO, Susan. **Unbearable weight: feminism, Western culture, and the body**. Berkeley/Los Angeles/Londres: University of California Press, 1993.

BORDWELL, David. **The way Hollywood tells it: story and style in modern movies**. Berkeley/Los Angeles/Londres: University of California Press, 2006.

BROWN, Lyn Mikel. The girl in girl studies. **Girlhood Studies** n. 1, p. 1–12, (Verão) 2008.

BUTLER, Judith. **Corpos que importam – os limites discursivos do “sexo”**. São Paulo: N-1 Edições, 2019.

- CIXOUS, Hélène. O riso da medusa. In: BRANDÃO et al. (Orgs.). **Traduções da cultura: perspectivas críticas feministas (1970-2010)**. Florianópolis: Edufal, p. 2017, p. 129-155.
- DRISCOLL, Catherine. Girls today girls, girl culture and girl studies. **Girlhood Studies**, n.1, p. 13-32, (Verão) 2008.
- FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. São Paulo: Elefante, 2017.
- FRASER, Nancy. **Fortunes of feminism: from state-managed capitalism to neoliberal crisis and beyond**. Londres/Nova York: Verso, 2013.
- GOMES BARBOSA, Karina. **Encantamentos de corpo e alma: representações do amor de Jane Austen no audiovisual**. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade de Brasília, Brasília-DF, 2014.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio / Apicuri, 2016.
- LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 206-242.
- LE GUIN, Ursula K. **Aqueles que abandonam Omelas**. São Paulo: Morro Branco, 2019.
- LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000, p. 7-34.
- MACDOWELL, Paula. Girls' perspectives on (mis)representations of girlhood in hegemonic media texts. **Girlhood Studies** v. 10, n. 3, p. 201-216, 2017.
- MCROBBIE, Angela. **Feminism and youth culture**. From Jackie to Just Seventeen. Houndmills e Londres: Macmillan, 1991.
- MITCHELL, Claudia. Charting girlhood studies. In: MITCHELL, Claudia; RENTSCHLER, Carrie (Orgs.). **Girlhood and the politics of place**. Nova York/Oxford: Berghahn, 2016, p. 87-103.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. Volume 1: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.
- MULVEY, Laura. Prazer visual e cinema narrativo. In: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1983, p. 437-453.
- SHOWALTER, Elaine. A crítica feminista no território selvagem. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de. (Org.) **Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p. 23-57.
- STEINBERG, Shirley R.; Kincheloe, Joe L. (Orgs.). **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- TURNER, Graeme. **Cinema como prática social**. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

WILLIS, Jessica Lauretree. Girls reconstructing gender: agency, hibridity and transformtions of “femininity”. **Girlhood Studies**, v. 2, n. 2, p. 96–118, 2009.

WOOLF, Virginia. **Um teto todo seu**. São Paulo: Círculo do Livro, 1990.

Filmografia

DE REPENTE 30 (13 going on 30) [longa-metragem, DVD] Dir. Gary Winick. Revolution Studios/Thirteen Productions, EUA, 2004. 98 min.

MENINAS malvadas (Mean girls) [longa-metragem, DVD] Dir. Mark Waters. Paramount Pictures/M.G. Films/Broadway Video, EUA/Canadá, 2004. 97 min.

O LABIRINTO do fauno (El laberinto del fauno) [longa-metragem, DVD] Dir. Guillermo del Toro. Estudios Picasso/Wild Bunch/Tequila Gang/Esperanto Filmoj, Espanha/México/EUA, 2006. 118 min.

PONTE para Terabítia (Bridge to Terabithia) [longa-metragem, DVD] Dir. Gábor Csupó. Walden Media, Hal Lieberman Company e Lauren Levine Productions Inc., EUA, 2007. 96 min.

SEXTA-FEIRA muito louca (Freaky friday) [longa-metragem, DVD] Dir. Mark Waters. Casual Friday Productions/Gunn Films/Walt Disney Pictures, EUA, 2003. 97 min.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 25/09/2019
Aprovado em: 03/02/2020

Eu cresci assim: representações de gênero e empoderamento feminino nas telenovelas *Gabriela e Tieta*

I grew up like this: gender representations and female empowerment in Gabriela and Tieta

Valtyenny Campos PIRES¹
Robéria Nádia Araújo NASCIMENTO²

Resumo

A abordagem problematiza as adaptações televisivas *Gabriela e Tieta*, baseadas nas obras homônimas de Jorge Amado, a fim de discutir as representações de gênero que auxiliam a compreensão das singularidades do feminino. As tramas evidenciam posturas estigmatizadas (GOFFMAN, 1988) que marcam as vivências das personagens-título e as violências simbólicas e não simbólicas que perpassam as personagens periféricas. Do ponto de vista metodológico, uma Análise de Narrativas (MOTTA, 2013) fundamenta os fragmentos observados. Os resultados sugerem que as teleficções promovem saberes culturais em meio às trajetórias femininas no combate à discriminação. Nesse sentido, indicam caminhos para se pensar as telenovelas como espaços de reprodução de situações de erotização, subalternidade e sexismo da mulher negra.

Palavras-chave: Gabriela e Tieta. Representações de gênero. Empoderamento feminino. Estigmas sociais.

Abstract

The approach problematizes the television adaptations *Gabriela and Tieta*, based on the homonymous works by Jorge Amado, in order to discuss the gender representations that help the understanding of feminine singularities. The plots show stigmatized postures (GOFFMAN, 1988) that mark the experiences of the title characters and the symbolic and non-symbolic violence that pervade the peripheral characters. From the methodological point of view, a Narrative Analysis (MOTTA, 2013) underlies the observed fragments.

¹ Possui graduação em Jornalismo, pela Universidade Estadual da Paraíba. Desenvolve trabalhos sobre Televisão, Gênero e Mídia, Religião e Mídia e Gênero e Educação. Integrante do Grupo de Pesquisa Comunicação Cultural e Desenvolvimento, na linha de pesquisa Mídia e Estudos Culturais, cadastrado no CNPq. E-mail: valtycampos@gmail.com. ORCID: 0000-0002-0294-8968.

² Doutora em Educação pela Universidade Federal da Paraíba. Professora Associada do Departamento de Comunicação Social (UEPB). Professora do Programa de Pós-Graduação em Formação de Professores (PPGFP/UEPB), vinculada à Linha de Pesquisa Ciências, Tecnologias e Formação Docente. Integrante dos Grupos de Pesquisa Comunicação, Cultura e Desenvolvimento e Comunicação, Memória e Cultura Popular (DECOM/UEPB). E-mail: rnadia@terra.com.br. ORCID: 0000-0002-1806-0138.

The results suggest that telephoning promotes cultural knowledge in the midst of women's trajectories in the fight against discrimination. In this sense, they indicate ways to think of telenovelas as spaces for the reproduction of eroticization, subordination and sexism of black women.

Keywords: Gabriela and Tieta. Gender representations. Female empowerment. Social stigmata.

Introdução

Este estudo deriva de uma pesquisa acadêmica (PIBIC/UEPB, 2017/2018) que privilegiou a análise das questões do feminino inscritas nas narrativas televisivas inspiradas nas obras homônimas de Jorge Amado. Portanto, este trabalho se refere às adaptações para a TV da literatura do escritor baiano, desconsiderando observações comparativas às obras impressas originais. Sistematizamos a discussão de gênero que se interpõe à trajetória das protagonistas Gabriela e Tieta, incluindo nas observações as personagens periféricas, uma vez que os romances adaptados tratam de questões sociológicas pertinentes ao tempo presente. Uma delas diz respeito à construção de gênero numa perspectiva aberta às conquistas do feminino, e não como resultante de predestinações. Por isso, o título³ desta abordagem e alguns subtítulos contrariam a trilha de abertura da novela Gabriela para sugerir os sentidos de impermanência e transformação inerentes à vida social e aos indivíduos: não “nascemos, mas nos tornamos” mulheres, profissionais, sujeitos ativos no mundo.

Dessa forma, a violência simbólica e física que permeia tais questões são pretextos para se refletir sobre a objetificação da mulher, especialmente negras e mulatas (como ilustram as personagens), muito comum nas sociedades patriarcais com suas relações discriminatórias. Há que se considerar que os contextos retratados nas tramas amadianas narram dilemas que se repetem na contemporaneidade, visto que muitos dramas vivenciados pelas personagens ainda ocorrem no atual momento histórico para além de “coisas de novela”.

³ Referência à canção “Modinha para Gabriela” (1975), composta por Dorival Caymmi e popularizada na voz de Gal Costa: “Quando eu vim pra esse mundo... Eu não atinava em nada. Hoje eu sou Gabriela, Gabriela he!, meus camaradas. Eu nasci assim, eu cresci assim... Eu sou mesmo assim... Vou ser sempre assim Gabriela, sempre Gabriela!” [...].

A atemporalidade é, também, uma característica a ser ressaltada nas obras do escritor, pois, segundo Araújo (2003), na literatura amadiana a sociedade se reconhece em sua vez e voz, já que “o povo é ator e não mais assunto, assumindo foros de consciência de seu estar num mundo de opressões e injustiças” (ARAÚJO, 2003, p. 15). Isso respalda a ideia de que Jorge Amado, como autor e militante vanguardista das questões socioculturais, torna-se relevante para entender a conjuntura atual, na qual as mulheres ainda são discriminadas não apenas por gênero, como por questões de cor da pele, e que, apesar desse contexto, continuam defendendo suas causas de modo resiliente e trabalhando em prol de um mundo mais justo. Assim, as heroínas transgressoras dos enredos, como *Gabriela* e *Tieta*, além das coadjuvantes, representam muitas mulheres brasileiras, sobretudo, as nordestinas, que não se deixam abater diante das relações patriarcais e dos estereótipos subalternos.

O patriarcado, para Millett (1969), “pode ser entendido como uma instituição social que se caracteriza pela dominação masculina nas sociedades contemporâneas em várias instituições sejam elas políticas, econômicas, sociais ou familiar” (MILLETT, 1969, p. 58). Nessa perspectiva, as teleficções *Gabriela* e *Tieta*, oriundas das obras *Gabriela, Cravo e Canela* (1958) e *Tieta do Agreste* (1977), podem promover uma reflexão acerca das questões femininas que as envolvem.

Nagamini (2004), ao justificar o deslocamento do texto literário para a tela da TV, aponta os ganhos estéticos das narrativas em função dos recursos imagéticos mobilizados. O audiovisual é mais atrativo na equivalência dos cenários idealizados pelos escritores, favorecendo a disseminação e a compreensão temática das tramas, ainda mais quando consideramos uma população com hábitos de leitura insuficientes que impedem o acesso aos textos originais.

Isso posto, cumpre destacar que as telenovelas são observadas aqui à luz da Análise de Narrativas que, de acordo com Motta (2013), engloba um conjunto de procedimentos de leitura criteriosa e em constante refinamento, contemplando a descrição sistemática de conteúdos temáticos presentes nos produtos da comunicação na busca por significações. Narrativas são ações enunciadas pelos sujeitos interlocutores que mobilizam performances linguísticas para convencer as audiências. De acordo com o autor, “na impossibilidade de se observar o ato em si, estudam-se as marcas presentes nos

textos e a correlação entre os interlocutores, tanto no processo produtivo quanto no processo de leitura e interpretação” (MOTTA, 2013, p. 11). Neste enfoque, os textos se referem aos diálogos e situações destacadas nas tramas com a finalidade de ilustrar a fundamentação teórica.

A apresentação da análise, aqui sintetizada em razão dos limites de um artigo, é fundamentada em três momentos. No primeiro, abordamos o gênero ficção e o formato da telenovela para pensarmos qual é o papel desse produto cultural na reprodução de estereótipos do feminino. No segundo, discutimos as concepções de gênero e de representações. Por último, os fragmentos das telenovelas visam contextualizar o empoderamento feminino retratado na ficção a fim de incitar a compreensão da problemática.

Eu (não) nasci assim, eu cresci assim: as telenovelas e os propósitos ficcionais

A ficção televisiva, sobretudo a teledramaturgia, possui um papel importante no debate de temas que permeiam diversos grupos sociais. Além de reproduzir estereótipos, as telenovelas também os contestam produzindo novas identidades e novos jeitos de pensar o mundo, gerando debates e ressonâncias sobre os conteúdos das histórias.

Lopes (2010) explica que as telenovelas articulam e estreitam as discussões acerca do mundo a partir de temáticas de interesse público:

As narrações televisivas parecem responder a uma necessidade difusa e universal de ouvir e de ver; criam e articulam temas e interesses fortes – elementares, básicos, ou melhor, primários, da vida cotidiana, do estar no mundo: o bem e o mal, o amor e o ódio, a família, a amizade, a violência, a justiça, a doença e a saúde, a felicidade e a desgraça, os sonhos e os medos (LOPES, 2010, p. 10).

Segundo Rebouças (2009), as telenovelas constituem um gênero televisivo independente, que lideram a audiência em diferentes regiões, segmentos sociais, sexo e faixas etárias, sendo “um excelente meio para a difusão de conteúdos culturais e educativos junto às populações carentes de alternativas, como é o caso de grande parcela da população brasileira” (REBOUÇAS, 2009, p. 1).

Surgiram no Brasil em 1951, um ano após a televisão ter sido inaugurada no país. A primeira trama foi exibida pela TV Tupi e se chamava *Sua vida me pertence*⁴, exibida ao vivo. Os 15 capítulos iam ao ar às terças e quintas-feiras. A primeira telenovela diária foi ao ar em 1963, intitulada *2-5499 Ocupado*⁵, uma produção da TV Excelsior.

Mas foi nas décadas de 1970 e 1980 que as telenovelas se consolidaram principalmente em parcerias com poetas. Rebouças (2009) enfatiza algumas características da nova estética e conteúdo das telenovelas

Nas décadas de 1970 e 1980, consolidou-se a fórmula brasileira: colaboração de grandes romancistas e poetas, maior aproximação da época contemporânea, desmistificação do passado, linguagem coloquial e regional, apresentação de fatos reais, influência do teatro de vanguarda, aparecimento do anti-herói mentiroso, corrupto e de figuras femininas originais, finais abertos, elaboração sutil da comédia e da tragédia (REBOUÇAS, 2009, p. 1).

Neste contexto, a obra do autor Jorge Amado⁶ é marcada por várias adaptações televisivas, que visibilizaram questões de natureza sociológica: *Gabriela* (1975), *Terras do sem fim* (1981), *Tenda dos milagres* (1985), *Tieta* (1989), *Capitães de areia* (1989), *Tereza Batista* (1992), *Tocaia Grande* (1995), *Dona Flor e seus dois maridos* (1998), *Porto dos milagres* (2001), *Pastores da noite* (2002) e *Gabriela* (2012), remake da primeira versão exibida em 1975, em homenagem ao centenário do escritor.

Jorge Amado reverencia em suas obras a Bahia e o Nordeste brasileiros, trazendo cores e sentimentos da região, disseminando personagens fortes e sedutoras. Araújo (2003) explica que a essência da obra amadiana é o sentido de “liberdade e revolução, ideia e símbolo, romantismo e realismo, assim se pauta a narrativa amadiana, painel mural inflado de brasilidades” (ARAÚJO, 2003, p. 154). Dessa forma, negros, mulheres,

⁴ Escrita por Walter Foster, era também dirigida e estrelada por ele, que dividia a cena com as atrizes Vida Alves e Lia de Aguiar. A trama foi contada em apenas 15 capítulos, de 20 minutos de duração, que eram exibidos ao vivo e duas vezes por semana, às terças e quintas, às 20 horas. Havia apenas dois cenários: um quarto e o jardim de uma praça.

⁵ Foi exibida de 22 de julho a setembro de 1963, pela TV Excelsior, numa adaptação de Dulce Santucci para o original do argentino Alberto Migré, com direção de Tito Di Miglio. Foram produzidos 42 capítulos, que duravam cerca de 20 minutos e geralmente tinham apenas duas cenas. Doze personagens integravam a trama.

⁶ Jorge Amado nasceu dia 10 de agosto de 1912, na fazenda Auricídia, no distrito de Ferradas, município de Itabuna, sul do Estado da Bahia. Filho do fazendeiro de cacau João Amado de Faria e de Eulália Leal Amado.

mulatos, nordestinos, pobres, operários, etc., em condições de luta contra a subalternidade, notabilizam as injustiças sociais apontando caminhos vanguardistas acerca da representatividade dos grupos discriminados pela elite branca e excludente.

Ninguém nasce mulher, torna-se mulher

O machismo arraigado em nossa sociedade não está preparado para lidar com o protagonismo da mulher e há um empenho não em valorizá-la, mas em silenciá-la, produzindo situações de subalternidade. Apesar do avanço ao longo dos anos, verificado na inserção em ambientes públicos até então destinado a homens, temos ainda uma longa trajetória a ser percorrida pelas mulheres na equiparação aos espaços e direitos. Por isso, Butler (2003) afirma: “não basta inquirir como as mulheres podem se fazer representar mais plenamente na linguagem e na política. A crítica feminista também deve compreender como a categoria das “mulheres”, o sujeito do feminismo, é produzida e reprimida pelas mesmas” (BUTLER, 2003, p. 19).

A célebre frase de Simone de Beauvoir, que remete ao fato de nos tornarmos alguém, já lembrada neste texto surge para reiterar que gênero é uma construção social, sempre em processo. Por muito tempo, o gênero entendido como “biológico” – ou seja, definido pelo sexo – explicava como o homem ou a mulher se colocariam e se posicionariam no mundo. Antes mesmo do nascimento, alguns detalhes já eram definidos, como, por exemplo, a cor do enxoval da criança: se fosse homem seria azul; se fosse mulher, rosa. Após o nascimento, tais questões iriam se intensificar, permitindo que, na sociedade e na cultura, o homem assumisse o papel de macho provedor e a mulher de fêmea reprodutora.

Porém, é importante esclarecer que sexo biológico é diferente de gênero. A criança nasce biologicamente com um conjunto de órgãos que a definem sexualmente como homem ou como mulher. Entretanto, gênero, na atualidade, é definido culturalmente. Butler (1990) já afirmava a mobilidade do conceito a partir de papéis sociais:

[...] por mais que o sexo pareça intratável em termos biológicos, o gênero é culturalmente construído: conseqüentemente, não é nem o

resultado casual do sexo, nem tampouco tão aparentemente fixo quanto o sexo. Assim, a unidade do sujeito já é potencialmente contestada pela distinção que abre espaço ao gênero como interpretação múltipla do sexo (BUTLER, 1990, p. 24).

Alves e Pitanguy (1985) explicam que o conceito se vincula a uma construção sociocultural, que atribui papéis diferentes para homens e mulheres dentro da sociedade, de acordo com os costumes de cada lugar, da experiência cotidiana das pessoas, bem como da maneira como se organiza a vida familiar e política. Esses papéis são construídos culturalmente, variando conforme o tempo e o lugar. Já Beauvior (1967) contextualiza as situações impostas às meninas na infância para ilustrar o ciclo dos papéis de gênero atribuídos a uma mulher e um homem:

Tratam-na como uma boneca viva e recusam-lhe a liberdade; fecha-se assim um círculo vicioso, pois quanto menos exercer sua liberdade para compreender, apreender e descobrir o mundo que a cerca, menos encontrará nele recursos, menos ousará afirmar-se como sujeito; se a encorajassem a isso, ela poderia manifestar a mesma exuberância viva, a mesma curiosidade, o mesmo espírito de iniciativa, a mesma ousadia que um menino (BEAUVIOR, 1967, p. 22).

Percebemos, pois, que o gênero feminino por muito tempo não foi enxergado como importante na sociedade. Para Rago (2012), os “estudos da mulher” mostravam que essa não deveria ser pensada como uma essência biológica pré-determinada, “mas como uma identidade construída social e culturalmente no jogo das relações sociais e sexuais, pelas práticas disciplinadoras e pelos discursos/saberes instituintes” (RAGO, 2012, p. 29).

A personagem Gabriela aparece na cena literária brasileira como uma relevante representação do feminino. Tanto que Jorge Amado confessou em entrevista que “queria criar uma mulher que fosse símbolo da mulher brasileira”. A intenção levou o escritor a criar uma personagem negra, nordestina, retirante da seca que assolava o sertão baiano, para retratar o que acontecia na década de cinquenta no nordeste do país. Assim como Gabriela, Tieta é outra personagem relevante que supera os estigmas e subverte a ordem estabelecida. Após ser humilhada e expulsa da cidade, esperava-se, talvez, um enredo protagonizado por uma mulher enfraquecida apta a desistir sem se reerguer.

Porém, Jorge Amado nos apresenta uma heroína que subverte as expectativas e rompe com o sistema patriarcal. Na sua trajetória, mostra-se uma mulher que vive

segundo suas próprias regras, exercendo sua liberdade e tornando-se inspiradora para outras, ensinando-lhes a não se submeter a casamentos arranjados e nem a receber ordens dos homens. Ao contrário, Tieta frequenta os mesmos lugares masculinos de poder e ainda se torna uma espécie de “santa” no Agreste por incentivar o empoderamento feminino.

Apesar de a novela ter sido exibida na década de 1980, Tieta traz para a cidade pacata e interiorana de Santana do Agreste, um olhar de coragem e de progresso que contagia o Brasil, defendendo a ideia de que a mulher pode exercer seu protagonismo independentemente de espacialidades geográficas. Na segunda fase da trama, quando volta de São Paulo 25 anos depois de sua expulsão, aparece num conjunto vermelho de couro decotado e colado ao corpo; com cerca de quarenta anos, bonita, sensual, dona de sua sexualidade e de seu dinheiro, signos de uma transformação feminina que choca a sociedade conservadora. Ela diz, com seu comportamento, à sociedade brasileira e principalmente às mulheres, que é possível viver em liberdade por seus próprios méritos, conquistando seu lugar de fala numa sociedade preconceituosa.

Dessa forma, o lugar de fala se torna um conceito essencial para a discussão do empoderamento, sendo explicado por Ribeiro (2016) como um rompimento de uma norma vigente que legitima o direito de uma só voz, cujos padrões recorrentes são a branquitude e a masculinidade. Com a ruptura desses padrões, protagonistas mulatas como Gabriela e Tieta desafiam as normas do masculino e os conceitos eurocêntricos provocando identificações entre uma audiência permeada, em sua maioria, por uma população mestiça condizente às origens de formação do povo brasileiro.

A partir da quebra de conceitos, a única voz instituída como dominante, equivalente à voz do masculino, abre espaço para a diversidade e cria um novo espaço social onde múltiplas vozes podem se fazer ouvir. Além do forte sexismo que sempre objetificou a mulher negra, o racismo histórico também impediu a sua dignidade já que não foi vista em igualdade de condições à mulher branca. Verificamos, através da ficção amadiana, o quanto a mulher negra foi relegada à erotização em desprezo as suas reais potencialidades como ser humano, antes que pudesse alcançar a realização de seus desejos. Tieta foi expulsa da cidade por ter um comportamento não sujeito às amarras sociais da sexualidade. Já na trama de *Gabriela*, percebemos o quanto a cor da

protagonista é vista pelo masculino como veículo de desejo e apropriação. Tais estereótipos constroem um retrato de uma sociedade, na qual a cor negra é tratada como “pecado” desde a época escravocrata, marcada por senhores da “casa grande” que, em nome da posse de outros seres humanos, humilhavam e estupravam as escravas como se fossem objetos de suas vontades.

Mas a violência não é somente criação ficcional. O Atlas da Violência 2018 do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicada (IPEA) e do Fórum Brasileiro de Segurança Pública indica que, no Brasil, morrem 71% mais mulheres negras do que brancas, e que nos últimos dez anos, os números de assassinato caíram 8% entre as mulheres brancas e aumentaram 15,4% entre as negras. Estes dados confirmam a importância do estudo sobre as mulheres negras, no que diz respeito ao feminino e às lutas raciais. Ao discutirem essa realidade, as telenovelas produzem uma reflexão sobre o pensamento patriarcal denunciando essa problemática.

De acordo com Ferreira (2018), os estereótipos de subserviência, pobreza, sofrimento (a “Tia Anastácia”, as escravas, empregadas, babás e trabalhadoras braçais, “sem autoridade”) e a desigualdade espacial (circunscritas às favelas e comunidades carentes) caracterizam as mulheres negras na ficção e nas práticas cotidianas, ou seja, no mercado de trabalho, no contexto familiar, nos relacionamentos afetivos e em diversos outros espaços de sociabilidade (FERREIRA, 2018, p. 396-397).

Nesse sentido, o debate de gênero engloba a violência contra as mulheres, estendendo-se à violência psicológica, sexual, física, agressões verbais, assédio sexual, discriminação, prostituição forçada, incluindo tráfico de pessoas, mutilação, tortura e feminicídio (LOURO, 2010b). Todos esses aspectos estão presentes em Gabriela, uma mulher cuja autenticidade rompe a ordem social e abala o falso moralismo da cultura vigente, “deixando evidente aos poucos as marcas dos que vêm de baixo, quando ela ascende de cozinheira à esposa do patrão, de amante à suposta mulher de sociedade” (COUTINHO, 2011, p. 199).

Aliás, vale sublinhar que a utilização da palavra “mulata” em ambas as tramas ocorre para se referir à mulher negra e, assim, erotizar, semanticamente, os seus corpos. Ferreira (2018) destaca que “a referência constante à “mulata”, (...) revela a naturalização de uma sexualidade exacerbada atribuída à mulher negra” (FERREIRA, 2018). O racismo

e o sexismo se transformam em um instrumento de violência contra essa mulher. Exatamente por essas questões, e pelo poder de influência da mídia televisiva como formadora de novas representações, é importante se pensar o protagonismo das mulheres negras no âmbito das produções para se discutir os estereótipos nelas difundidos. Gabriela e Tieta, negras e nordestinas, embora sejam retratadas com sensualidade, permitem a discussão do paradigma da exploração sexista ao se posicionarem contra os valores impostos pela sociedade da época.

Assim são Gabriela e Tieta: representações de empoderamento e liberdade

As descrições das tramas foram originalmente realizadas para o projeto de pesquisa citado. A categoria representação diz respeito a “uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada, tendo um objetivo prático e concorrendo à construção de uma realidade comum a um conjunto social” (JODELET, 1994, p. 36). A partir do conceito de representação pudemos construir uma análise sobre as telenovelas, partindo do pressuposto de que as personagens estudadas podem inspirar noções de liberdade a outras mulheres escravizadas pelas convenções sociais.

Gabriela foi exibida em 2012, às 23 horas, numa adaptação de Walcyr Carrasco e direção de Mauro Mendonça Filho, com 77 capítulos. *Tieta*, com exibição no horário nobre, registrou 196 capítulos, indo ao ar pela primeira vez entre os anos de 1989 e 1990, adaptada por Aguinaldo Silva (sua reprise ocorreu em 1º de maio de 2017 no canal pago VIVA do grupo Globosat).

Gabriela (Juliana Paes) é uma retirante nordestina que começa uma luta por afirmação pessoal ignorando as regras sociais da cidade interiorana e a formalidade do casamento. As personagens secundárias dessa ficção são exemplos importantes para se refletir sobre a violência contra a mulher e o feminicídio. Sinhazinha (Maitê Proença) é símbolo dessa conjuntura porque, devota de São Sebastião, foi assassinada pelo marido, Coronel Jesuíno Mendonça (José Wilker), após o flagrante de adultério com o dentista Osmundo Pimentel (Erik Marmo), ironicamente parecido com a imagem do seu santo de devoção. Vemos aí o protótipo da religiosidade como símbolo de virtude da personagem, constituindo uma qualidade valorizada pelos maridos e as famílias socialmente abastadas. A abordagem da traição revela não apenas o adultério no casamento como algo a ser

condenado coletivamente, mas revela também a ruptura com uma moral religiosa que incentivava a mulher a ser tratada como propriedade. Como uma esposa devotada e respeitável, era esperada de Sinhazinha uma vida de dedicação à Igreja sem direito à felicidade conjugal. Ao se apaixonar pelo dentista, ela rompe com o código moral da sociedade.

Malvina (Vanessa Giácomo) também é uma personagem secundária relevante, pois é uma jovem que não se submete a um casamento arranjado, conforme as convenções vigentes. Na tentativa de moldar seu comportamento, o pai da jovem, Coronel Melk Tavares (Chico Diaz), a proíbe de estudar, valendo-se do seguinte argumento: “mulher que se mete a doutora é mulher descarada, que quer se perder” (GABRIELA, 2012). Posteriormente, ela questiona os padrões e os telespectadores observam o envolvimento da moça com um homem casado e sua posterior fuga para São Paulo, atitudes que chocam os valores familiares e conservadores da época.

Zarolha (Leona Cavalli) é uma prostituta do Bataclã (administrado por Maria Machado, vivida por Ivete Sangalo), que acolhe os homens da cidade num ambiente festivo e erótico, apresentando atrações como shows de música e dança e jogos de azar. Apesar dos homens frequentadores do Bataclã entenderem que podem possuir qualquer mulher daquele lugar, desde que paguem por ela, Zarolha não se sujeita a essas condições por estar apaixonada. É, por essa recusa, advertida por Maria Machado, que diz à moça que é necessário se deitar com quem paga mais para poder no futuro viver bem.

Já a protagonista Gabriela encanta o coração do turco Nacib (vivido por Humberto Martins) e os dois se envolvem afetivamente numa relação que é reprovada pela sociedade. Com um espírito espontâneo, que se revela nos modos como transmite sexualidade e erotismo, Gabriela exerce, primeiro, a função de cozinheira, chegando à vida do patrão Nacib em condição subalterna. Depois, transforma-se em sua amante e, posteriormente, conquista a posição social de esposa, papel que contraria a sua liberdade. Tolhida pela vigilância moral da sociedade, a personagem transgredir a ética e as regras que lhe sufocam traindo o marido. Com essa conduta indisciplinada, desafia a instituição do casamento com suas restrições, e ainda afronta a sociedade conservadora ao interrogar “as adequações e obrigações” atribuídas às mulheres “decentes”.

Tieta, a personagem-título da outra trama (vvida nas duas fases respectivamente por Cláudia Ohana/Betty Faria), é pastora de cabras na adolescência, chocando a família e a cidade interiorana por não reprimir seus impulsos sexuais. Esse é o motivo que a fez ser expulsa de casa, aos 16 anos, pelo pai conservador Zé Esteves (Sebastião Vasconcelos), acusada de libertinagem. Após uma violenta surra de cajado em praça pública, a jovem foge para São Paulo prometendo voltar, em suas palavras, “não para implorar clemência, mas para se vingar”. Torna-se prostituta para sobreviver e logo depois dona de um bordel luxuoso na capital, em virtude das relações de favores construídas com políticos influentes.

Sua volta coincide com a celebração de uma missa em intenção de sua morte. Tieta interrompe a celebração religiosa, mostrando-se mais viva e poderosa do que nunca, anunciando que veio rever sua família. A cidade é surpreendida com essa aparição e passa a especular tanto as razões do seu sumiço quanto as do seu retorno. A protagonista conta a todos estar viúva do fictício Comendador Felipe Cantarelli, de quem adotou o sobrenome, para não levantar suspeitas sobre a real fonte de sua fortuna. Apresenta, então, Leonora (Lídia Brondi), como enteada, uma moça que aparenta recato, mas que, na verdade, é uma das meninas que acolheu no bordel e por quem Tieta nutre um sentimento materno, por reconhecer na jovem a mesma garota sonhadora que foi na sua juventude.

Após os primeiros momentos do reencontro, a protagonista logo se decepciona ao descobrir que a sociedade, que hoje a bajula e venera, continua mesquinha e preconceituosa, a mesma que a hostilizou no passado. A propósito da trama, Belline (2008) explica que o mundo do Agreste, aparentemente simples e pacífico, revela-se, para a protagonista, mais difícil de lidar do que o universo do meretrício. Lá, os sentimentos, como os corpos, estão expostos, sem simulações. Na cidade natal, onde Tieta busca reencontrar a sua identidade, sobram engano e falsidade; ninguém diz tudo o que pensa nem demonstra seus sentimentos; todos encobrem algo por interesse, medo ou pobreza. Nesse sentido, a autora descreve que a narrativa de Jorge Amado chama a atenção para a dualidade entre aparência e realidade por situar o espaço do bordel, embora mais degradado aos olhos da sociedade, como mais “honesto” que a cidade pequena, apenas exteriormente “decente”.

Outra personagem significativa para o estudo das implicações de gênero, nessa trama, é Tonha (Yoná Magalhães), segunda mulher de Zé Esteves, bem mais jovem que o marido, e que vive grande transformação idealizada por Tieta. Ela também sofre a violência do cajado de Zé Esteves, artefato que o velho pastor de cabras utiliza para impor sua “autoridade” na família e que permanece um grande símbolo de sofrimento para Tieta. Mãe de Elisa (Tássia Camargo), Tonha tenta controlar os impulsos da filha sonhadora, que idealiza romances eróticos com atores de fotonovelas e artistas da TV – que nem chegam a Santana do Agreste – e de cujas vidas acompanha as fofocas num programa de rádio.

Imaculada (Luciana Braga) também favorece importantes leituras das relações de gênero. Uma jovem destemida que foi vendida ao Coronel Artur da Tapitanga pelos próprios pais, mas que não se submete ao seu assédio sexual. Depois de tentativas de fugas frustradas, a jovem será resgatada na Casa da Luz Vermelha, espaço de prostituição de Santana do Agreste, onde também se rebela contra a servidão. Essa personagem vai viver um amor romântico com Ricardo (Cássio Gabus), após a relação tumultuada do sobrinho com Tieta, numa paixão proibida.

Em relação à *Gabriela*, destacamos o capítulo 02, que começa com Nacib “contratando” a moça para ser sua cozinheira no mercado de retirantes. A caminho da casa de Nacib, Gabriela, que estava suja de lama e poeira, encontra uma fonte no centro da cidade e corre até ela para tomar um banho sem perceber a reação que causa nos observadores da cena. Os homens que passavam a olham e cobiçam com desejo, enquanto a protagonista, dada a sua espontaneidade, não se dá conta do efeito provocado.

Figura 10 - Gabriela toma banho em praça pública



Fonte: *print screen* da telenovela *Gabriela* (2012).

A objetificação e sexualização femininas também são vivenciadas pela protagonista quando caminha na pacata Ilhéus em direção ao Bar do Vesúvio (que pertence a Nacib) para levar as refeições do patrão. Durante o seu percurso, a moça chama a atenção dos homens que param e fazem insinuações ao vê-la passar.

Figura 11 - Gabriela em direção ao Bar do Vesúvio



Fonte: *print screen* da telenovela Gabriela (2012).

Ao chegar no local, alguns homens se levantam e lhe dirigem palavras gentis, admirados com a sua presença, enquanto ela abaixa a cabeça. Notamos, nessa passagem, o discurso machista sobre a mulher e sua objetificação:

- Manoel das Onças (Mauro Mendonça): — Que pitel essa Gabriela, hem? [Olhando para Coronel Ribeirinho (Harildo Deda), em busca de confirmação, que, por sua vez, passa a língua nos lábios em sinal de “apetite”!]. A moça, então, se dirige ao balcão do bar onde seu patrão lhe aguardava: - Gabriela: — Eu trouxe seu almoço, Seu Nacib. - Nacib: — Ah sim, claro, o almoço, venha me servir aqui nos fundos (Tenta retirar a moça do local para evitar mais olhares e comentários). Nas mesas, os homens continuam os comentários: - Nhô Galo (Edmilson Barros): — Ela trouxe o almoço, mas será que é cozinheira mesmo? - Dr. Ezequiel: — Sei não... Olhe, é nela que eu queria dar uma garfada! - Tônico (Marcelo Serrado): Nacib tá me saindo muito bem, delícia de mulher! (GABRIELA, 2012, cap. 2, decupagem elaborada pelo autor).

Os fragmentos apontam o que Hanciau (2002) nos lembra, de que a paixão “erótica e exótica”, despertada por Gabriela, também sugere uma perspectiva canibalesca sutil para a narrativa, criando as ideias de “mulher-refeição” e “mulher-presas” no contexto da trama, transferindo para a protagonista uma imagem estimulante aos olhos dos homens, que disputavam entre si quem haveria de “caçá-la, comê-la, devorá-la” num

esquema representativo e simbólico de relações inter-raciais objetificadas. Assim, metaforicamente, os sentidos do olfato, da visão e do paladar são mobilizados por esses signos para sugerir conotações eróticas e sexuais sobre a protagonista, que não é vista como mulher nessas situações, mas como um “objeto de captura”.

Falemos, neste momento, da beata Sinhazinha, que aparece, no capítulo 15, na cama do dentista Osmundo Falcão, seu amante, após uma das noites infelizes em que passou na companhia do marido, o coronel Jesuíno. Como mencionado, a mulher se dedica à Igreja, junto com as demais damas da cidade, por não sentir amor e felicidade no matrimônio, ao qual somente se submete por convenção social. Percebemos, portanto, que o recurso da fé aparece para ela como fuga da situação de violência simbólica e física a que é submetida, buscando esquecimento no envolvimento diário das tarefas religiosas.

Uma noite, após negar se deitar com o coronel, ele continua insistindo, dizendo que “mulher quando casa com o marido, ela faz o que o marido quer” (GABRIELA, 2012) e a agride. Eis o diálogo que culminou nessa violência:

- Jesuíno: — Por que não jantou comigo, dona Sinhazinha? -
Sinhazinha: — Eu estou indisposta (Repete para disfarçar o sentimento de repulsa)! - Jesuíno: — Deite, que eu vou lhe usar! - Sinhazinha: — O senhor não ouviu que eu estou indisposta? (Queixa-se com tristeza) -
Jesuíno: — Mulher minha não fica indisposta! Quando eu quero, já sabe, deite, hoje eu tô com vontade! (Grita) - Sinhazinha: — Mas eu não estou com vontade! (Insiste) - Jesuíno: — Não me importa, deite de uma vez! - Sinhazinha: — Hoje não, eu me recuso! (Entre lágrimas) -
Jesuíno: — Se recusa? Se recusa pro teu marido? - Sinhazinha: — Minha cabeça dói [Coloca a mão na cabeça em sinal de desespero!]. -
Jesuíno: — Eu não estou interessado em sua cabeça! Deite! (Continua gritando) - Sinhazinha: — Eu peço, hoje não, hoje não, hoje eu não posso! - Jesuíno: — Se não for por bem, vai ser por mal! - Sinhazinha: — Marido, eu peço que me compreenda, é só dessa vez, hoje eu não posso! (Implora) - Jesuíno: — Ninguém me diz não “nunca”, muito menos minha mulher! [Nesse momento, ele a joga na cama e Sinhazinha se desvia, correndo pelo quarto]. - Jesuíno: — Como se atreve? Eu lhe dou tudo, casa, comida e roupa boa! Você come da minha mão! - Sinhazinha: — Eu não sou mendigo, coronel Jesuíno, o meu pai tinha fazenda de cacau... (Ela alega) - Jesuíno: — E o que foi feito dessa fazenda? Ficou pro teu irmão. Você veio pra mim com uma miséria de dote, eu te aceitei por conta de tua beleza, eu fui é tolo! - Sinhazinha: — Mas fala comigo como se eu fosse um gado que se compra! - Jesuíno: — É quase isso. Mulher quando casa com o marido, ela faz o que o marido quer! E o que eu quero agora é que você cale a boca e abra as

pernas! - Sinhazinha: — Eu não sou bicho! Eu sou gente, eu sou gente! [Coronel Jesuíno bate na mulher] - Jesuíno: — Vai me obedecer agora, ninguém diz não pra mim, nunca! [Sinhazinha corre outra vez e ele a segura e a coloca contra a parede] - Jesuíno: — Ainda se nega? [Sinhazinha balança a cabeça, afirmando]. - Jesuíno: — Melhor, gosto mais assim... Se recusa a deitar, melhor! Eu vou te usar aqui mesmo em pé, diz que é gente né? Eu vou te usar feito bicho! [Nesse momento ele a segura contra a parede e a força a ter relações sexuais] (GABRIELA, 2012, cap. 15, decupagem elaborada pelo autor).

Figura 12 - Coronel Jesuíno bate em Sinhazinha



Fonte: *print screen* da telenovela Gabriela (2012).

Gilberto Freyre (2002) já destacava que “é característico do regime patriarcal, o homem fazer da mulher uma criatura tão diferente dele quanto possível. Ele, o sexo forte, ela o fraco; ele o sexo nobre, ela o belo” (FREYRE, 2002, p. 805). Cria-se, nesse sentido, a objetificação feminina. Nesse contexto, a mulher seria vista pelo marido como “uma coisa” para seu uso e prazer, sendo obrigada a satisfazer as vontades do homem na hora em que ele desejar. Isso explica a violência simbólica, quando o coronel Jesuíno a tratava como um “animal adestrado”, pois a esposa era obrigada a satisfazer as vontades dele, sem prazer algum. A violência física acontece como forma de imposição do coronel e de expressão de sua autoridade, ao afirmar que “ninguém diz ‘não’ pra mim” (GABRIELA, 2012), batendo na mulher para reafirmar a sua posse, que a tinha comprado e que, por isso, em troca ela lhe devia obediência.

Passemos, neste momento, à discussão de gênero em *Tieta*, a segunda telenovela estudada. *Tieta*, acusada de libertinagem desde muito nova pela sociedade de Santana do Agreste, não controla seus impulsos sexuais e seus desejos. O seu pai, Zé Esteves, a violenta e a expulsa da cidade após descobrir que ela se envolvia com um homem mais velho.

Após um processo de autoconhecimento e afirmação de si, a jovem, agora uma mulher independente e poderosa, retorna após 25 anos à Santana do Agreste, disposta a mudar não somente o cenário local, como a realidade de mulheres presas e oprimidas pelos companheiros. Uma personagem periférica torna-se oportuna no contexto da trama. Trata-se de Tonha.

No capítulo 16, Tonha, ao sair da pensão de dona Milu (Miriam de Souza Pires), juntamente com a filha Elisa, Timóteo e Ricardo, Zé Esteves – com o seu inseparável cajado, símbolo da opressão masculina – os encontra a caminho da Igreja. Observa com raiva a roupa da esposa e logo a proíbe de ir às festividades religiosas. Elisa tenta intervir a favor da mãe e Tonha tenta resistir à ordem do marido, argumentando que a blusa era um presente de Tieta, tentando convencê-lo a “autorizar”. Mas ele rasga a peça no corpo da mulher:

- Tonha: — Zé Esteves... (Chocada com a reação do marido) – Zé: — Sua desgramada, tu tá pensando que vai onde com essa roupa, vestida desse jeito? Na Casa da Luz Vermelha? (Em referência ao cabaré da cidade) - Tonha: — É a roupa que Tieta me deu, como hoje tem uma festa, eu pensei que... - Zé: — Pensou? E desde quando eu lhe dei o direito de pensar? Me diga! [Grita, e Elisa, então, vira-se para o pai para defender a mãe] - Elisa: — Não, pai, deixa de ser exagerado, só porque mainha se arrumou, se vestiu direito, se ajeitou toda... - Zé: — Eu quero é que ela fique mesmo é esfarrapada, é assim que eu gosto! Num tá vendo que eu não vou deixar minha mulher se dar a um desfrute desse? E oferecida na família, dona Eliza, basta você! Vá pra casa, vá vestir uma roupa decente! - Tonha: — Vou não, tô me sentindo bem assim, é assim que eu vou ficar! - Zé: — Não vai não, o quê? Mas num vai mesmo! [Neste momento, rasga a roupa da mulher no meio da rua, que fica despida e chora desesperadamente na frente de todos!] (TIETA, 1989-1990, cap. 16, decupagem elaborada pelo autor)

Figura 13 – Zé Esteves rasga a roupa de Tonha



Fonte: *print screen* da telenovela *Tieta* (1989-1990).

A violência doméstica legitimada pelo matrimônio é reconhecida pela sociedade da época, que percebe os atos abusivos do marido como algo natural para manter a solidez do casamento. Enquanto Zé Esteves rasga a roupa da esposa, num ato covarde e machista, ninguém fala nada, as pessoas apenas olham, até se entristecem, mas não a defendem da violência. Tieta surge, após ouvir os gritos de Tonha, e intervém em favor da amiga e madrastra. Já Tonha, muito assustada, ainda pede a Tieta para não gritar com o pai. Tieta, então, afirma que vai dar outra roupa a ela e que “isso não iria ficar assim” (TIETA, 1989-1990). Embora seja filha de Zé Esteves, conhecido como homem rude, Tieta o enfrenta e não se curva às suas crueldades, reafirmando a representação de heroína que se coloca disposta e corajosa para defender o que julga ser justo.

Durante a telenovela *Tieta*, algumas personagens periféricas ganham protagonismo ao se rebelarem contra o sistema patriarcal e machista, desfazendo os nós que as mantinham confinadas ao lar. O processo de transformação incentivado por Tieta é chamado de “empoderamento”, uma vez que questiona as ideologias e as relações de poder que oprimem as pessoas, conforme esclarece Batliwala (1994):

o termo empoderamento se refere a uma gama de atividades, da assertividade individual até a resistência, protesto e mobilização coletivas, que questionam as bases das relações de poder. No caso de indivíduos e grupos cujo acesso aos recursos e poder são determinados por classe, casta, etnicidade e gênero, o empoderamento começa quando eles não apenas reconhecem as forças sistêmicas que os oprimem, como também atuam no sentido de mudar as relações de poder existentes. Portanto, o empoderamento é um processo dirigido para a transformação da natureza e direção das forças sistêmicas que marginalizam as mulheres e outros setores excluídos em determinados contextos (BATLIWALA, 1994, p. 130).

Carol (Luiza Tomé), uma das personagens emblemáticas e que conquista protagonismo durante a trama, ilustra bem essa problemática. A moça bonita e dependente do amante consegue, com a ajuda de Tieta, se libertar dos adjetivos pejorativos “teúda” e “manteúda”⁷ em relação a Modesto Pires (Armando Bógus), um poderoso comerciante local que a conservava como um troféu de masculinidade.

⁷ Definição de pessoas que são sustentadas financeiramente por um indivíduo na forma de “amantes”.

No capítulo 76, Tieta conversa com Carol sobre um cadeado com a corrente quebrada, numa analogia à vida da jovem presa a essa condição humilhante:

- Tieta: — Tu lembra daquele presente que eu te mandei? - Carol: — Aquele cadeadinho com a corrente quebrada? É claro! - Tieta: — Tu entendeu o que aquilo significava? - Carol: — Bem, se a senhora... - Tieta: — Senhora não, criatura, me chame de você. - Carol: — Tá bom, se você quer assim... ocê num sabe da missa a metade. O fato é que depois que você me mandou aquele cadeadinho, aos pouquinhos minha vida vem mudando... - Tieta: — Pra melhor ou pra pior? - Carol: — Vixe Maria, acho que pra muito melhor! - Tieta: — Então o presente fez o efeito que eu queria, mesmo que tu não tenha entendido o porquê de eu ter feito aquilo. - Carol: — É, não entendi muito bem direitinho, não. - Tieta: — Ô, criatura, eu tava lhe mandando quebrar a corrente que lhe prendia, soltar o cadeado! Essa história de ser teúda e manteúda, de depender de homem pra viver, isso já era, Carol! Tu tinha mais é que ser dona do teu próprio nariz.- Carol: — Oxente, pois eu acho que tô conseguindo, quebrei o cadeado, arbentei aquela corrente e já não sou mais a mesma. Mudei! (TIETA, 1989-1990, cap. 76, decupagem elaborada pelo autor).

Figura 14 - Tieta e Carol conversam sobre liberdade



Fonte: *print screen* da telenovela Tieta (1989-1990).

Ao propor às mulheres a percepção do empoderamento como algo possível a todas, a telenovela Tieta contesta o sistema patriarcal aludindo às liberdades individuais para além dos estereótipos de gênero. Para Freire e Shor (1986),

a libertação é um ato social (...), [portanto], se você não é capaz de usar sua liberdade recente para ajudar os outros a se libertarem através da transformação global da sociedade, então você só está exercitando uma atitude individualista no sentido do *empowerment*⁸ (FREIRE; SHOR, 1986, p. 71).

⁸ O termo é muito utilizado no universo organizacional para designar “descentralização da liderança” cujo modelo de gestão é mais aberto e participativo.

Considerações finais

O texto buscou demonstrar que, ao longo das décadas, as telenovelas exercem papéis de informação e debate de questões sociais que transcendem o território da ficção apelando para a reflexão e disseminando posturas que questionam os estereótipos. Apesar de terem surgido como meios para entreter e confinar as mulheres dentro do espaço privado, as telenovelas se apropriam desse aspecto para apontar caminhos de liberdade a essas mulheres, juntamente com o movimento feminista que eclodiu no Brasil.

A análise revelou que tanto *Tieta*, quanto *Gabriela*, são tramas vanguardistas, que problematizam e denunciam as violências sofridas por mulheres no nordeste brasileiro. As instâncias formadoras da sociedade (Família, Escola e Igreja) distribuem papéis desiguais a homens e mulheres, refletindo o sistema patriarcal. Apesar das conquistas femininas do direito ao voto, da liberdade sexual e da inserção no mercado de trabalho, que incentivaram as mulheres a questionar a submissão, a ficção audiovisual exerce seu papel de difundir as questões de uma determinada época, como verificamos através das protagonistas e personagens das tramas estudadas, que ainda ilustram preconceitos e formas de violência contra a mulher que precisam ser combatidos.

Em razão desses aspectos, as teleadaptações de Jorge Amado cumprem seu papel social e mantêm sua atualidade ao propor em suas narrativas mulheres resilientes que visibilizam os espaços nordestinos em seus enfrentamentos cotidianos. Ao criar protagonistas donas de si, o escritor sugere uma nova forma de pensar o feminino, com mulheres livres e formadoras de suas opiniões em sintonia com as transformações do nosso tempo, sugerindo identidades e promovendo reconhecimentos a partir de seus lugares de fala. Portanto, as telenovelas analisadas provocam novas perspectivas de debate sobre as questões de gênero e instigam as mulheres a se libertarem dos estigmas e opressões, criando novos modos resistência e múltiplos espaços de sororidade.

Referências

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BATLIWALA, Srilatha (1994). "The meaning of women's empowerment: new concepts from action". In. G. Sen, A. Germain & L.C.Chen (eds.). **Population policies reconsidered: health, empowerment and rights**, pp.127-138. Boston: Harvard University Press.

BATLIWALA, Srilatha. Grassroots movements as transnational actors: Implications for global civil society. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, v. 13, n. 4, p. 393-409, 2002.

BELLINE, Ana Helena Cizotto. **Representações do feminino**. In: Caderno de Leituras: a literatura de Jorge Amado. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Trad.: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2003.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Cultura e sociedade no Brasil: ensaios sobre ideias e formas**. São Paulo: Expressão Popular, 2011.

FERREIRA, Ceíça. Memórias visuais sobre mulheres negras na recepção fílmica. **Contemporânea**, v. 16, n. 2, p. 389-407, 2018.

FREIRE, Paulo; SHOR, Ira. **Medo e ousadia**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

FREYRE, Gilberto. Sobrados e mucambos: decadência do patriarcado rural e desenvolvimento do urbano. In: SANTIAGO, Silviano. (Coord.). **Intérpretes do Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2002.

GABRIELA. Direção: Mauro Mendonça Filho; Roberto Talma. Brasil. **Rede Globo**, 2012. Telenovela (55 min).

GODOY, Arilda Schmidt. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de Administração de empresas**, p. 20-29, 1995.

GOFFMAN, Erving. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade**. Tradução: Mathias Lambert, v. 4, Rio de Janeiro: LTC, 1988.

HANCIAU, Nubia. A representação da mulata na literatura brasileira: estereótipo e preconceito. **Cadernos Literários**. Rio Grande: Ed. da FURG, v. 7, p. 57-64, 2002.

JODELET, Denise. Représentations sociales: un domaine en expansion. In: _____. (dir.). **Les représentations sociales**. 4 ed. Paris: Presses Universitaires de France, 1994.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Televisões, nações e narrações: para uma revisão das identidades culturais em tempos de globalização. **Revista USP**, n. 61, p. 30-39, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. Petrópolis: Vozes, 2010.

MILLETT, Kate. **Sexual Politics**. New York: Columbia University Press, 1969.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento**. 12ª ed. São Paulo: Editora Hucitec; 2011.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Editora UNB, 2013.

NAGAMINI, Eliana. **Literatura, televisão, escola: estratégias para leitura de adaptações**. São Paulo: Cortez, 2004.

RAGO, Margareth. **Epistemologia feminista, gênero e história**. Masculino, feminino, plural. Florianópolis: Mulheres, 1998.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte (MG): Letramento: Justificando, 2017.

REBOUÇAS, Roberta de Almeida e. Telenovela, história, curiosidades e sua função social. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 7., 2009, Fortaleza. **Anais...** Fortaleza, CE: Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, 2009.

RONSINI, Veneza Mayora. Telenovelas e a questão da feminilidade de classe. **MATRIZES**, v. 10, n. 2, p. 45-60, 2016.

SIFUENTES, Lírian; RONSINI, Veneza. O que a telenovela ensina sobre ser mulher? Reflexões acerca das representações femininas. **FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 18, n. 1, p. 131-146, 2011.

TIETA. Direção: Reinaldo Boury; Ricardo Waddington; Luiz Fernando Carvalho. Brasil. Rede Globo, 1989-1990. Telenovela (60 min).

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 07/11/2019
Aprovado em: 13/02/2020

Os memes como retórica depreciativa nas relações entre Barra do Garças (MT) e Aragarças (GO)

Memes as derogatory rhetoric in the relationship between the cities of Barra do Garças (MT) and Aragarças (GO)

Bruna Alves da SILVA¹
Eliézer Cardoso de OLIVEIRA²
Maria de Fátima OLIVEIRA³

Resumo

Este estudo analisa os diversos *memes* produzidos e difundidos por moradores de Barra do Garças (MT) que retratam negativamente Aragarças (GO). As duas cidades são contíguas em termos espaciais e possuem indicadores socioeconômicos parecidos, sendo separadas por uma ponte sobre o Rio Araguaia. Esses discursos pejorativos em forma de *memes* foram analisados a partir do referencial elaborado por Norbert Elias e John Scotson (2000) em *Os estabelecidos e os outsiders*, e com base na análise de Freud (2010) sobre o *narcisismo das pequenas diferenças*. A hipótese do artigo é que os discursos depreciativos presentes nos *memes* servem para demarcar a distinção identitária entre as duas cidades, servindo para reforçar uma distinção simbólica, que separa o “nós” do “outro”.

Palavras-chave: Barra do Garças. Aragarças. Memes. Retórica depreciativa.

Abstract

This study analyzes the various memes produced and disseminated by residents of Barra do Garças (Mato Grosso), which presented negative portrayals about the city of Aragarças (Goiás). The two cities are spatially contiguous and have similar socioeconomic indicators, being separated by a bridge over the Araguaia River. These pejorative discourses presented as memes were analyzed based on the framework developed by Norbert Elias and John Scotson (2000) in *The Established and The Outsiders*. We also

¹ Mestre em Ciências Sociais e Humanidades (UEG). Servidora da Secretaria Municipal de Educação de Goiânia (SME) e Professora da Educação Básica (Rede Privada). E-mail: brunalvesilva1@gmail.com. ORCID: 0000-0003-4647-604X.

² Doutor em Sociologia (UnB). Professor do curso de graduação em História e do Mestrado Territórios e Expressão Cultural no Cerrado da Universidade Estadual de Goiás (UEG)/Anápolis. E-mail: ezi@uol.com.br. ORCID: 0000-0001-7763-7454.

³ Doutora em História pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Docente do Curso de História e do Programa de Mestrado Interdisciplinar Territórios e Expressões Culturais no Cerrado (TECCER) da Universidade Estadual de Goiás (UEG). E-mail: proffatima@hotmail.com. Orcid: 0000-0002-9519-8093.

draw from Freud's analysis (2010) on *narcissism of small differences*. The hypothesis of the article is that the derogatory discourses found in memes serve to demarcate identity distinctions between the two cities, reinforcing a symbolic distinction, which separates “us” from the “others”.

Keywords: Barra do Garças. Aragarças. Memes. Derogatory rhetoric.

Introdução

O avanço acelerado da tecnologia eletrônica e informática das últimas décadas e sua popularização têm transformando o cotidiano das pessoas interferindo no modo que se comunicam, acessam informações e as compartilham entre si. A produção e disseminação de imagens e textos, tanto por profissionais quanto por qualquer indivíduo comum têm se proliferado para além das relações sociais locais. Essa prática, além de ampliar a divulgação de informações, tem conectado pessoas desconhecidas de diversas partes do planeta. Nesse contexto, os *memes* têm conquistado lugar de destaque nas mídias sociais como um meio jocoso de entretenimento e comunicação visual. Por meio dessa linguagem é possível provocar emoções, opiniões e reações tanto por parte de quem produz como de quem compartilha e visualiza os *memes*.

Para uma melhor compreensão e análise dos *memes* nos próximos tópicos, os estudos do biólogo evolucionista Richard Dawkins (2014) foram importantes. Para ele, quase tudo que é incomum no homem pode ser resumido na palavra cultura, pois a transmissão cultural é análoga à transmissão genética. Desse modo, buscando um substantivo para significar uma unidade de transmissão cultural, ou uma unidade de imitação, Dawkins propôs o termo meme, em analogia ao termo gene. Nesse sentido, uma das principais categorias teóricas do artigo foi uma reflexão sobre os *memes*, termo difundido a partir das ideias de Richard Dawkins, que indica a proliferação de discursos de forma maciça na Internet. No caso desse estudo, os *memes* possuem uma retórica depreciativa, tendo como alvo os moradores da cidade de Aragarças (GO).

Assim, em termos metodológicos, a pesquisa se desenvolveu em diálogos com autores que trabalharam temáticas estruturante desta reflexão. Isto é, além do já citado Dawkins, como o conflito entre duas cidades contíguas em termos espaciais é outra chave da nossa abordagem, valemo-nos das reflexões desenvolvidas por Norbert Elias e John

Scotson (2000), no estudo que desenvolveram sobre um conflito entre os moradores antigos (os estabelecidos) e os mais recentes (*outsiders*) numa cidade inglesa que resultaram em práticas de inferiorização do outro. Para uma melhor compreensão da motivação desses discursos, o texto também recorre à ideia de “narcisismo das pequenas diferenças”, um conceito desenvolvido por Freud que explica as distinções identitárias entre grupos situados próximos uns aos outros. Já em relação ao *corpus* da pesquisa, este foi construído a partir dos *memes* encontrados, em sua maioria, na página do *Facebook* “BG mil graus”. Essa página foi criada em 2016 e é classificada como sendo de entretenimento, divulgando eventos culturais da cidade de Barra do Garças. Seu conteúdo é regionalizado, sendo que em novembro de 2019 era seguida por 42.902 pessoas e havia recebido mais de 40 mil curtidas. A página não segue uma regra em suas publicações, intercalando centenas de *memes* que exaltam as belezas e/ou construções arquitetônicas de Barra do Garças, outros que ironizam os problemas de infraestrutura de alguns bairros da cidade e aqueles que *caçoam* da cidade e dos moradores de Aragarças. Desses, as temáticas variam entre problemas de infraestrutura urbana, financeira, moda/vestuário e a suposta predisposição dos aragarcenses ao crime e à violência.

Nos *memes* veiculados pela página “BG mil graus” os adjetivos/classificações, recorrem, não poucas vezes, à ironia, escárnio ou humor, sendo que, nem todos – vale ressaltar – são sobre os aragarcenses e a cidade. Assim, optamos por selecionar aqueles que indicavam algumas das características/classificações mais exploradas ou repetidas na temática que focamos, já que nosso objetivo é também demonstrar o poder corrosivo das pilhérias sobre a imagem dos aragarcenses e da cidade. O período dos *posts* selecionados para análise e discussão que faremos neste artigo foi entre setembro de 2017 e abril de 2018, sendo que dos dezessete *memes* catalogados na pesquisa, selecionamos os nove mais expressivos para este estudo. Ressaltamos ainda que, além da página difusora dos *memes*, o artigo também considerou para as discussões propostas, informações estatísticas de caráter socioeconômico de modo a contextualizar as diferenças e semelhanças entre as duas cidades.

Este percurso resultou numa divisão em três seções. Na primeira apresentamos uma rápida contextualização histórica das duas cidades visando uma melhor compreensão da relação entre elas e procurando mostrar o efeito das transformações no modo como os

moradores fundamentam a sua identidade. Em seguida, são analisadas as estratégias de depreciação discursiva do outro como construção identitária a partir de uma discussão bibliográfica que envolve diversos autores, inclusive os já citados Norbert Elias e John Scotson (2000) e Sigmund Freud (2010). E, na última seção o estudo foca na apresentação e análise dos *memes* selecionados – que possuem caráter depreciativo – sobre a cidade e a população de Aragarças.

Barra do Garças (MT) e Aragarças (GO)

No encontro entre os rios Garças e Araguaia, na fronteira entre os estados de Goiás e Mato Grosso, estão localizadas as cidades de Barra do Garças (MT) e Aragarças (GO), ambas reconhecidas por serem polos de atração de turistas, principalmente pelas belas praias de areias brancas nas margens dos rios. Os núcleos urbanos iniciais das duas cidades surgiram a partir da segunda década do século XX, quando imigrantes nordestinos chegaram à região em busca de diamantes e fundaram os povoados de Barra Goiana e Barra Cuiabana (SILVA, 2019, p. 12).

Em 1943, dentro do projeto varguista da Marcha para o Oeste, o povoado de Barra Goiana foi escolhido para sediar a Fundação Brasil Central (FBC), com o objetivo de estimular o povoamento e o desenvolvimento do interior brasileiro. Em 1951, o povoado torna-se vila com o nome de Aragarças e, em 1953, torna-se município emancipado (MACIEL, 2006; DINIZ, 2016). Graças aos investimentos da Fundação, Aragarças passou a contar com equipamentos urbanos típicos dos grandes centros, como hotel, hospital, aeroporto, casas de alvenarias e, também, com luz elétrica, fábricas e oficinas. Os moradores, principalmente aqueles que trabalhavam na FBC – denominados de “fichados” – passaram a se sentir orgulhosos do progresso da cidade, como demonstram os epítetos “a cidade encantada do sertão”, “princesinha do Araguaia”, “princesinha do oeste” e “cidade-mar do sertão” (RIBEIRO, 2016, p. 29). Mas os efeitos modernizadores da FBC não foram exclusivos de Barra Goiana: eles também contemplaram o distrito de Barra Cuiabana, do outro lado do rio Araguaia. Graças ao intenso crescimento demográfico, em 1948 este distrito transmuda o seu nome para Barra do Garças e torna-se sede administrativa do município, passando a contar com agências bancárias e escolas de diversos níveis educacionais (VARJÃO, 1985, p. 97).

Após a chegada da FBC, os dois núcleos populacionais passam a usufruir das benesses modernizadoras de forma diferenciada: Aragarças era o lugar onde os moradores tinham acesso a atendimento médico, aos empregos institucionalizados e aos jornais e revistas por meio do Correio Aéreo; e em Barra do Garças estava se formando um polo comercial, com lojas, bancos e serviços (LIMA FILHO, 2001, p. 124). A interação entre os dois lugares era um pouco prejudicada devido à necessidade de balsas de madeiras e pequenos barcos para atravessar os caudalosos rios Garças e Araguaia (SILVA, 2019, p. 63). Assim, na década de 1950, as interações sociais tornaram-se facilitadas com a construção da Ponte João Alberto Lins de Barros, iniciada em 1953 e inaugurada em 1957, interligando as duas cidades e propiciando um intenso fluxo comercial entre Goiás e Mato Grosso. No âmbito cotidiano, as relações sociais entre os habitantes ficaram mais constantes, já que se podia ir de uma cidade a outra em questão dos poucos minutos necessários para atravessar os 150 metros de comprimento da ponte (IMPRENSA POPULAR, 7 jan. 1957). Como as duas cidades ficaram mais “próximas” uma da outra, foi possível perceber de forma mais contundente as pequenas diferenças existentes entre elas.

Em 1967, o Governo Federal extinguiu a Fundação Brasil Central, retirando de Aragarças importantes equipamentos institucionais, como o atendimento em hospital federal, as festas no Hotel Getúlio Vargas e a interligação com outras regiões por meio da Força Aérea Brasileira (SILVA, 2019, p. 87). Assim, os “tempos áureos” da época FBC sobreviveram apenas na memória nostálgica dos pioneiros, agora temerosos em relação ao futuro da cidade sem as verbas federais (LIMA FILHO, 2000, p. 81).

Por outro lado, Barra do Garças foi beneficiada pela expansão da fronteira agrícola no Mato Grosso, quando imigrantes sulistas adquiriram terras e desenvolveram uma produção voltada para o agronegócio. O polo comercial da cidade cresceu ainda mais com o agronegócio e com a posição estratégica da cidade, ligando a produção de Mato Grosso ao sudeste brasileiro. De acordo com Cunha (2006), esse percurso diferenciado resultou em desenvolvimento também diferenciado entre as duas cidades, tornando Barra do Garças mais pujante em termos demográficos, econômicos e sociais do que a sua rival. Essas diferenças propiciaram o aparecimento de discursos imagéticos, entre eles os memes, que passaram a ironizar e depreciar a cidade e a população de Aragarças.

A depreciação discursiva do outro como estratégia identitária

Gregos e bárbaros, judeus e gentios, cristãos e infiéis, romanos e cartagineses. São muitas as estratégias de construção identitária utilizando o outro como oposição. O historiador François Hartog (2014, p. 40), no livro *O espelho de Heródoto*, percebeu que as narrativas elaboradas pelos gregos sobre os bárbaros tinham “a preocupação de traduzir o outro em termos do saber compartilhado pelos gregos e que, para fazer crer no outro que constrói, elabora toda uma retórica de alteridade”. O outro é um espelho para enxergar a si mesmo. Logicamente, essa estratégia, em vários outros lugares, legitimou a perseguição do outro, sendo o caso mais extremo o da República Romana, cujo bordão *Delenda est Carthago*, insistentemente proferida por Catão e outros políticos, culminou com o extermínio da cidade inimiga.

O caso analisado neste artigo não é tão extremo assim, pois o “outro” não fala uma língua totalmente incompreensível (como a dos bárbaros para os gregos), não adora falsos deuses (como os gentios para os judeus ou os muçulmanos para os cristãos) e não é um rival econômico (como Cartago para os romanos). No caso da oposição entre barragarcenses e aragarcenses, o outro fala a mesma língua, veste-se de modo parecido, a maioria da população professa uma fé de matriz cristã e tem praticamente o mesmo padrão econômico e cultural. A única diferença significativa para justificar uma retórica depreciativa é a de que o “outro” mora do outro lado da ponte, a poucos metros de distância.

No caso do vale do Araguaia, o que se percebe é uma situação muito parecida da analisada por Norbert Elias e John Scotson (2000), em uma cidade inglesa que os pesquisadores imputaram o nome fictício de Wiston Parva. O lugar era formado por três zonas setoriais: a primeira, habitada pelas famílias antigas de classe média; a segunda, composta por famílias antigas de operários; e a terceira, formada por trabalhadores londrinos que chegaram ao local mais recentemente por causa da II Guerra Mundial. Os habitantes da zona 3 passaram a ser estigmatizados pelos habitantes da 1 e da 2, simplesmente porque o loteamento no qual eles moravam era mais recente e eles não faziam parte da tradição do lugar. Desse modo,

O grupo estabelecido cerrava fileiras contra eles e os estigmatizava, de maneira geral, como pessoas de menor valor humano. Considerava-se

que lhes faltava a virtude humana superior – o carisma grupal distintivo – que o grupo dominante atribuía a si mesmo (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 19).

As diferenças econômicas, étnicas e religiosas entre as três zonas eram insignificantes. A única distinção que serviu para separar os “estabelecidos” (os mais antigos) dos “outsiders” (os de fora) foi a antiguidade. Por meio de uma rede de fofocas, os “outsiders” foram generalizados como delinquentes, pessoas com moral frouxa, barulhentas e descontroladas no uso de bebidas alcoólicas. Na verdade, entre os “estabelecidos” havia pessoas com os mesmos defeitos morais que eles atribuíam aos “outsiders”, mas eles fizeram uma operação metonímica, atribuindo “ao conjunto do grupo outsider as características ‘ruins’ de sua porção ‘pior’ – de sua minoria anômica” (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 22).

Como os “estabelecidos” se conheciam há duas ou três gerações eles possuíam uma maior coesão social e foram vitoriosos na guerra discursiva contra os moradores mais recentes. Desse modo, os próprios “outsiders” internalizaram os insultos e passaram a se sentir inferiores em relação aos “estabelecidos”. Isso ocorreu porque “o estigma social imposto pelo grupo mais poderoso ao menos poderoso costuma penetrar na autoimagem deste último e, com isso, enfraquecê-lo e desarmá-lo” (ELIAS; SCOTSON, 2000, p. 24). No caso de Winston Parva, a depreciação do outro ia além de uma retórica discursiva e configurava as relações da sociabilidade cotidiana, pois “os estabelecidos excluía todos os membros do outro grupo de contato social não profissional com seus próprios membros” (*idem n. a.*, p 20). Interagir com os “outsiders” além do mínimo necessário tornou-se um tabu condenado por meio de fofocas. Essa situação era evidentemente desconfortável para os “outsiders”, principalmente entre os mais jovens que passaram a manifestar raiva das “pessoas por quem se sentiam rejeitados e que lhes recusavam nem bem sabiam o quê” (*idem n. a.*, p. 153). Alguns jovens tratados como párias agiram de modo a confrontar os seus algozes, integrando as *gangs* juvenis e, embora fossem uma minoria, seu comportamento servia para, num círculo vicioso, reforçar os estigmas de inferiorização sobre a população do loteamento.

O estudo de Norbert Elias e John Scotson é muito proveitoso do ponto de vista sociológico, pois mostra que a depreciação do outro pode ocorrer entre grupos bem

homogêneos do ponto de vista social. Da mesma forma como em Barra do Garças e Aragarças, na cidade inglesa, só o fato de morar em outro local já era motivo suficiente para alguns se considerarem superiores em relação aos outros. Na Inglaterra, a distinção era legitimada por uma maior “tradição” dos moradores antigos, enquanto no vale do Araguaia era simplesmente baseada no local de moradia, ou seja, do outro lado da ponte. Por outro lado, se os insultos dos barragarcenses parecem ter sido bem mais escancarados e jocosos do que os dos “estabelecidos” de Wiston Parva, não houve nenhum tabu que restringisse a sociabilidade entre os moradores das duas cidades. Nesse sentido, parece que a inferiorização do outro foi mais intensa e dramática na Inglaterra do que nas cidades brasileiras, pois lá provocou uma velada exclusão social.

O estudo de Norbert Elias e John Scotson (2000) descreve bem a segmentação entre “estabelecidos” e “outsiders”, mas não postula nenhuma hipótese explicativa porque isso acontece. Uma resposta sobre os motivos desta segmentação pode ser encontrada em Sigmund Freud (2010) na sua análise do “narcisismo das pequenas diferenças” na obra *Mal-Estar da Civilização*, na qual o autor afirma:

Certa vez discuti o fenômeno de justamente comunidades vizinhas, e também próximas em outros aspectos, andarem às turras e zombarem uma da outra, como os espanhóis e os portugueses, os alemães do norte e do sul, os ingleses e os escoceses etc. Dei a isso o nome de “narcisismo das pequenas diferenças”, que não chega a contribuir muito para o seu esclarecimento. Percebe-se nele uma cômoda e relativamente inócua satisfação da agressividade, através da qual é facilitada a coesão entre os membros da comunidade (FREUD, 2010, p. 81).

Percebe-se nesta citação, que Freud destaca a universalidade do fenômeno, atingido diferentes países. Contudo, o mais importante é que ele vincula o “narcisismo das pequenas diferenças” ao impulso de agressividade dos seres humanos, algo que provoca uma coesão social entre os membros de um grupo. Isto é, de acordo com o autor, humilhar o outro por meio de piadas ou deixando explícita a sua inferioridade na sociabilidade cotidiana é prazerosa porque é uma forma de fugir das restrições que a civilização impõe ao comportamento humano, principalmente da obrigação inexecutável de amar o próximo como a si mesmo. Além disso, a agressão simbólica do outro que ocorre nessas situações provoca satisfação no indivíduo, pois o seu ato passa a ser

elogiado na comunidade em que ele vive. Tal procedimento corresponde ao mesmo que simular uma situação de guerra, na qual o soldado se torna um herói por praticar atos que em situações normais seriam considerados uma transgressão civilizatória.

Mais importante do que externar os instintos de agressividade que habitam a psique humana é o fato de o “narcisismo das pequenas diferenças” contribuir para a harmonia social. Novamente é lícito comparar com uma situação de uma guerra, em que a animosidade direcionada ao inimigo externo diminui as divisões internas. Nesse sentido, Freud (2010, p. 80-81) afirma ser “possível ligar um grande número de pessoas pelo amor, desde que restem outras para que se exteriorize a agressividade”.

Para que essa coesão interna seja estimulada, o outro passa a ser visto de forma estereotipada. É preciso encontrar no outro características que o tornem menos humano. A palavra “narcisismo” justifica-se porque os “estabelecidos” só enxergam a individualidade humana no seu próprio grupo, enquanto os “outros” são reduzidos a um conjunto de estereótipos. Como o “outro” não é igual ao “nós”, justifica-se insultá-lo ou tratá-lo de modo inferiorizado. Desse modo,

[...] ao se elevar alguns traços do outro à categoria de excentricidade, fora esses traços, já não se vê mais nada, sofre-se uma cegueira perceptiva e a sensibilidade torna-se assim estereotipada. Forte recurso psíquico esse que transforma a alteridade em uma caricatura, da qual se pode rir não um riso libertador – mas de escárnio (REINO; ENDO, 2011, p. 25).

O grupo narcisista precisa reduzir o outro a um conjunto vazio de estereótipos para que o mesmo possa ser insultado e humilhado. A cegueira perceptiva transforma o outro num espelho, mas um espelho deturpado, no qual os “estabelecidos” enxergam suas qualidades morais em detrimento dos defeitos dos “outsiders”. Isso é bem mais evidente em tempos de internet, quando a antiga fofoca transmitida boca a boca é substituída pelos memes de efeito rápido e devastador.

Os memes como forma de estigmatização dos aragarcenses

A palavra “meme” foi cunhada pelo biólogo evolucionista Richard Dawkins (2014), divulgada em seu livro “O Gene Egoísta”, significando uma unidade mínima de

informação que se multiplica de pessoa para a pessoa, propiciando a evolução cultural. De acordo com Dawkins (2014, p. 112), “Mimeme provém de uma raiz grega adequada”, mas o biólogo queria “um monossílabo” que se assemelhasse a “gene”. Daí sua opção por abreviar mimeme para meme, e segundo ele, “Se servir como consolo, pode-se, alternativamente, pensar que a palavra está relacionada à memória, ou à palavra francesa *même*”. Para justificar a escolha do termo o autor argumenta que:

Da mesma forma como os genes se propagam no “fundo” pulando de corpo para corpo através dos espermatozoides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no “fundo” de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação. Se um cientista ouve ou lê uma idéia boa ele a transmite a seus colegas e alunos. Ele a menciona em seus artigos e conferências. Se a idéia pegar, pode-se dizer que ela se propaga, si própria, espalhando-se de cérebro a cérebro. É por imitação, em um sentido amplo, que os memes podem replicar-se. Mas, da mesma maneira como nem todos os genes que podem se replicar têm sucesso em fazê-lo, da mesma forma alguns memes são mais bem sucedidos no “fundo” do que outros (DAWKINS, 2014, p. 112-113).

Da biologia, a palavra foi apropriada no contexto da comunicação digital para se referir à propagação repentina e avassaladora de piadas, imagens, vídeos, textos pela rede mundial de computadores (HORTA, 2015, p. 13). As informações em forma de *memes* remetem, geralmente, a algum acontecimento do cotidiano que tem como finalidade a identificação ou a satirização de um fato. Assim, conforme Cândido e Gomes (2015, p. 1295), “o *meme* é uma expressão cultural típica da cibercultura. Sua criação se dá de forma colaborativa e seu crescimento é espontâneo. Por isso mesmo, eles costumam surgir em redes sociais”.

Os *memes* facilitam a divulgação de estereótipos propiciando a projeção narcisista dos “estabelecidos” sobre os “outsiders”. As piadas e ideias rebaixando a população aragarcense existiam há muito tempo, antes da existência das redes sociais. Elas se difundiam boca a boca por meio da fofoca ou em discursos escritos em livros e jornais. Com as redes sociais premiando os *memes* com *likes*, eles se multiplicaram assustadoramente. Alguns indivíduos se tornaram especialistas na produção e divulgação de *memes* estereotipados como forma de agradar ao seu grupo.

Para o *meme* cumprir a sua função, ou seja, espalhar-se nas redes sociais, ele precisa ter uma certa verossimilhança. Um *meme* que, por exemplo, transmite a ideia de que o Rio de Janeiro é uma cidade feia provavelmente não vai ser bem aceito, mas um que relaciona a cidade com a violência teria grandes chances de se multiplicar. Portanto, os *memes* que retratam pejorativamente Aragarças são verossímeis para quem os emite e, muitas vezes, até para quem eles insultam. No “narcisismo das pequenas diferenças”, há um pacto mútuo entre os “estabelecidos” e os “outsiders” no tocante à aceitação da plausibilidade dos estigmas divulgados.

A circulação viral do *meme* está diretamente relacionada à capacidade da coletividade de compreender sua linguagem e de a relacionar com o pensamento social e cultural partilhado por aquele grupo, ou seja, o sucesso da “linguagem memética” reflete o conhecimento prévio daquilo que originou o comentário, o escárnio, a crítica e o desabafo. Enfim, a emissão de uma opinião carregada de sentimento (HORTA, 2015, p. 77). Se é por meio da linguagem que se exterioriza as relações culturais e sociais do “mundo” no qual se está inserido demonstrando e expressando pensamentos, pode-se afirmar que os *memes* produzidos pelos barragarcenses sobre a “cultura e sociedade” aragarcenses buscaram “materializar” a demarcação simbólica do “nós” e o “outro”. Desse modo, os *memes* são uma “ferramenta” discursiva dos barragarcenses que reforça a diferenciação distintiva existente entre as duas municipalidades.

Um exemplo ilustrativo pode ser percebido no seguinte fato: quando um aragarcense responde as postagens ofensivas e/ou depreciativas sua revolta não encontra espaço de resposta e nem poder para expor o que seria a “verdade”, pois como salienta Elias e Scotson (2010, p. 131), os falatórios depreciativos atuam em favor do grupo mais forte e coeso, no caso em questão os barragarcenses. Assim, o grupo que busca “defender-se” só confirma sua inferioridade, pois como não são dotados de poder e *status comunal* suas elucubrações acabam por reforçar aquilo que pretendia ser negado⁴. Os *estabelecidos*

⁴ Como exemplo temos uma postagem de ironizava a falta de luz constante na cidade: “Aragarças, cidade que seduz. De dia falta água, de noite falta luz”. Em resposta à postagem, a fala de uma moradora de Aragarças: “Essa página deveria ser Aragarcinha mil grau, pq o ibope dela é nossa cidade”. Na mesma

– os barragarcenses – dotados de integração grupal usam os *memes* para defender e enaltecer o grupo ao qual pertencem.

Em outras palavras, as publicações são voltadas para estimular o “orgulho de ser barragarcense” e difamar de modo jocoso os habitantes de Aragarças. Um exemplo disso foi uma publicação em 26 de junho de 2017 do “Poema para Aragarças”:

Aragarças terra boa
De riqueza igual não há
Um ladrão rouba a carteira
Outro rouba o celular
Aragarças minha princesa
Terra de encantos mil
O ladrão te assaltou
Lá na Beira Rio

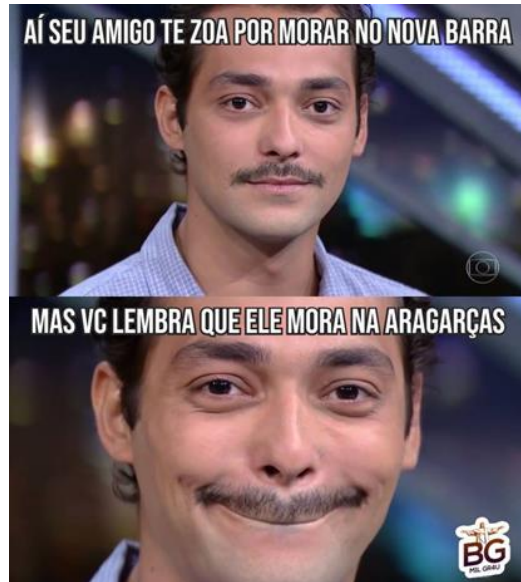
Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u⁵.

A premissa básica dos insultos dos barragarcenses é que Aragarças é um lugar ruim para se morar, bem inferior a cidade de Barra do Garças. No *meme* a seguir isso fica bem evidente.

postagem, outro retruca: “Barra do Garças: Também não fica para trás, pois, o atual Prefeito é um tremendo porcaria, no ano de 2012, entreguei em suas mãos um Livro chamado a Cabeça do Eleitor, e todo Projeto de como Administrar as necessidades de toda População Barragarcense: Até agora, só maquiou as obras necessárias, para agilizar a vida dos moradores de Barra do Garças. Obs; > APENAS UM EXEMPLO? TRANSPORTE PÚBLICO > DE HORA EM HORA. Só por este detalhe, está mais do que claro, que o Prefeito, é um tremendo de um incompetente...”. Disponível em: <<https://www.facebook.com/BG.M11Gr4u/photos/a.1743610249201107/2574276139467843/?type=3&theater>>. Acesso em: 23 jan. 2020.

⁵ Disponível em: <<https://bit.ly/2PV2YHI>>. Acesso em: 06 nov. 2019.

Figura 15 – Meme sobre morar em Aragarças



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u⁶.

O bairro de Nova Barra está localizado na periferia de Barra do Garças, apresentando problemas de infraestrutura, como asfalto precário, falta de água e alagamento na época das chuvas. Mesmo assim, morar em Aragarças, conforme os memes, seria muito pior, indicando a enorme distância entre as duas cidades. Por isso mesmo, quaisquer tentativas dos aragarcenses de rebater as críticas sobre a sua cidade parece sempre ser antecipada por outro *meme*, como o exemplo abaixo intitulado “quando alguém fala bem de Aragarças”.

Figura 16 – Meme de como é engraçado falar “bem” de Aragarças



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u⁷

⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/2rffabV>>. Acesso em: 06 nov. 2019.

⁷ Disponível em: <<https://bit.ly/2NSNFNf>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

Mesmo quando há um dissimulado esforço de autocrítica, admitindo-se os problemas de Barra do Garças, a cidade vizinha não é esquecida, como se percebe no meme seguinte:

Figura 17 – Meme advertindo sobre os problemas de Aragarças



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u⁸.

Contudo, pode-se dizer que simplesmente expressar que uma cidade é melhor do que a outra não é suficiente para afirmar que há uma distinção que alimenta “o narcisismo das pequenas diferenças” dos estabelecidos. Afinal, talvez sejam mesmo preciso explicitar de modo detalhado os motivos da suposta superioridade. Nesse sentido, a questão da violência urbana se torna um distintivo importante para a demarcação das diferenças entre a qualidade de vida nas duas cidades. O *meme*, denominado “ninguém é ateu em Aragarças”, aborda essa temática:

⁸ Disponível em: <<https://bit.ly/2Q2lBcC>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

Figura 18 – Meme “ninguém é ateu em Aragarças”



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u⁹.

Deste modo, Aragarças é apresentada como uma cidade perigosa, onde até os ateus reconsideram a sua posição ideológica ante o medo da morte. Aqui, vale conferirmos alguns dados para verificar se *o meme* faz algum sentido. Começando por uma pesquisa realizada pela Coordenadoria de Estatística e Análise Criminal, da Secretaria de Segurança Pública de Mato Grosso em 2017, confirma-se que a população de Barra do Garças tem um elevado índice de percepção sobre os problemas que envolvem a segurança pública do local. O estudo apresentado pelo Boletim da Polícia Judiciária de Barra do Garças demonstrou a preocupação da população barragarcense “com o tráfico de drogas, com a entrada de grupos criminosos pela fronteira com Aragarças/GO e o incômodo com a prostituição, possivelmente apoiada pelo turismo incipiente da região” (NOTÍCIAS, 20 jan. 2018). Do ponto de vista mais objetivo, as tabelas a seguir permitem comparar a taxa de homicídios nas duas cidades, entre 2008 e 2013.

⁹ Disponível em: <<https://bit.ly/2NkevXG>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

Tabela 1 – Número de Homicídios e homicídios por cem mil habitantes em Aragarças (GO) 2008 – 2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Homicídios 100/mil	33,75	39,14	16,39	32,54	21,55	31,40
Número de homicídios	6	7	3	6	4	6

Fonte: Tabela elaborada com base nos dados do Deepask¹⁰.

Tabela 2 – Número de Homicídios e homicídios por cem mil habitantes em Barra do Garças (GO). 2008 – 2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Homicídios 100/mil	20,04	18,14	21,22	21,09	24,46	20,76
Número de homicídios	11	10	12	12	14	12

Fonte: Tabela elaborada com base nos dados do Deepask¹¹.

As tabelas demonstram que o número absoluto de homicídios ocorridos em Aragarças é menor do que em Barra do Garças, mas na relação do número com a população, a taxa de homicídio é maior em Aragarças. Seja como for, os números e os índices são próximos um dos outros, não justificando considerar Aragarças, que teve uma média de menos de cinco homicídios/ano entre 2008 e 2013, como uma cidade marcada pela violência urbana. Mesmo assim, o *meme* “quando alguém fala que aragarcense é tudo ladrão” reforça a suposta índole violenta e marginal dos habitantes da cidade.

¹⁰ Disponível em: <<https://bit.ly/36FMmJW>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

¹¹ Disponíveis em: <<https://bit.ly/2NSNZLX>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

Figura 19 – Meme “quando alguém fala que aragarcense é tudo ladrão”

**quando alguém fala que aragarcense
é tudo ladrão**



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u¹².

Também o meme “Cinderela Aragarcense”, numa releitura humorística do famoso conto de fadas, explora a suposta elevada criminalidade Aragarcense ao ponto de ser perigoso para uma donzela transitar sozinha à noite. Por isso, a revelação do local de moradia da “Cinderela” é forte o suficiente até para convencer o príncipe apaixonado a abrir mão de sua amada.

Figura 20 – Meme da “Cinderela aragarcense”



Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u¹³.

¹² Disponível em: <<https://bit.ly/33sztRk>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

¹³ Disponível em: <<https://bit.ly/2qy23IK>>. Acesso em: 03 nov. 2019.

A suposta periculosidade de Aragarças é novamente reforçada com o *meme* abaixo, que faz uma releitura de uma cena do famoso filme Rei Leão:

Figura 21 – Meme “Rei Leão criticando Aragarças”



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u¹⁴.

Uma forma bastante usual de criticar o “outro” é considerá-lo atrasado do ponto de vista cultural. No *meme* intitulado “Aragarcense ao ver uma rua asfaltada”, há uma ridicularização do suposto provincianismo da população rival, ao explorar o embasbacamento diante de um trivial elemento do saneamento urbano, como é o caso do asfalto.

¹⁴ Disponível em: <<https://bit.ly/2NoG75y>>. Acesso em: 03 nov. 2019.

Figura 22 – Meme “aragarcense ao ver rua asfaltada”



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u¹⁵.

As duas cidades, tão próximas e tão parecidas socioculturalmente, são mostradas nos *memes* como muito distintas. A ponte sobre o rio Araguaia, principal via para a interação entre os dois lugares, passa a ser interpretada como delimitadora não só da fronteira geográfica, mas também da fronteira cultural.

Figura 23 – Meme “o mundo é diferente da ponte pra cá!”



Fonte: Barra do Garças - M11 Gr4u @BG.M11Gr4u¹⁶.

Assim, a suposta superioridade de Barra do Garças sobre a cidade rival se assenta a partir da crença de que é uma cidade menos violenta, mais dinâmica e mais moderna.

¹⁵ Disponível em: <<https://bit.ly/2NoGIJW>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

¹⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/2Nntxn8>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

As tabelas a seguir ajudam a comparar os índices demográficos e socioeconômicos entre as duas cidades.

Tabela 3 – Crescimento demográfico dos municípios de Aragarças e Barra do Garças de 1980 a 2010

Municípios	1980	1991	2000	2010
Aragarças (GO)	9.690	13.742	16.592	18.301
Barra do Garças (MT)	43.601	45.712	53.092	56.560

Fonte: Deepask. Portal da transparência das cidades do Brasil – Aragarças (GO) e Barra do Garças (MT)¹⁷.

Tabela 4 - PIB (2017) e IDH (2010) de Aragarças (GO) e Barra do Garças (MT)

Município	PIB (R\$)	PIB/PER CAPITA (R\$)	IDH-M
Aragarças (GO)	215.076,23	11.915,62	0,732
Barra do Garças (MT)	1.747.384,99	29.744,71	0,748

Fonte: IBGE e Atlas do Desenvolvimento Urbano do Brasil¹⁸.

A população de Barra do Garças é bem superior, em termos numéricos, à de Aragarças. Contudo, é preciso levar em conta que uma cidade de pouco mais de 50 mil habitantes não possui muitas diferenças culturais em relação a uma de quase 20 mil. Comparada com Cuiabá (MT), que possui mais de 600 mil habitantes, ou com Goiânia (GO), com 1,3 milhões de habitantes, os números demográficos de Barra do Garças são insignificantes. Ela está muito mais próxima a uma cidade pequena do que de uma grande metrópole.

Apesar da evidente superioridade dos índices socioeconômicos de Barra do Garças sobre Aragarças, eles não são suficientes para justificar a retórica da superioridade. O município de Barra do Garças possui uma área territorial de 9.079,291 km², bem superior à de Aragarças que possui 662,9 km². A maior área territorial possibilita uma maior exploração do agronegócio, o que aumenta o PIB do município, mas estimula a concentração de renda nos proprietários de terras. As classes médias e

¹⁷ Disponível em: <<https://bit.ly/2oS9xj4>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

¹⁸ Disponível em: <<https://bit.ly/3bBEmMp>> e <<http://atlasbrasil.org.br/2013/>>. Acessos em: 14 fev. 2020.

baixas das duas cidades possuem rendas e estilos de vida muito parecidos, como demonstra o IDH bastante similar entre as duas cidades. Fora do contexto local, as proporções distintivas propostas por Barra do Garças parecem descabidas devido a significância da cidade no contexto global.

Portanto, os índices relacionados à violência, à demografia, à atividade econômica e ao desenvolvimento social, por si só, são insuficientes para explicar a retórica da superioridade criada pela população de Barra do Garças sobre Aragarças, como é o caso dos *memes* apresentados neste artigo. Embora este não tenha sido o foco do artigo, as discussões aqui suscitadas contribuem para pensar sobre a construção do processo distintivo identitário das duas cidades. O fato de não se ter encontrado nenhum *meme* que ridicularizasse a cidade de Barra do Garças e a não contestação das chacotas por parte dos aragarcenses também fogem do alcance do estudo e requerem investigação mais aprofundada em uma outra ocasião.

Considerações finais

A evolução histórica de Aragarças é marcada pela síndrome da decadência, ou seja, pela construção de uma memória identitária que imputa uma superioridade do passado sobre o presente. A cidade teve a sua consolidação urbana a partir da Fundação Brasil Central, quando se tornou referência de desenvolvimento no sertão e recebeu a visita de dois presidentes da República, Getúlio Vargas em 1940 e Juscelino Kubitschek, quando da inauguração da ponte Ministro João Alberto em 1957. Se nesse período a cidade possuía hospitais, aeroporto e fábricas modernas, com a extinção da FBC, Aragarças transforma-se em apenas mais uma das pequenas cidades goianas. Já não bastasse o enfrentamento de sua derrocada, a poucos metros de distância desponta sua vizinha Barra do Garças com rápido crescimento demográfico e econômico, tornando assim ainda mais visível a sua abrupta perda de poder econômico e social.

A psicologia da decadência de Aragarças é similar ao sentimento de quem partilha a ideia de História Monumental, conforme a tipologia desenvolvida por Friedrich Nietzsche (2005). É um tipo de pensamento histórico que acredita que as grandes realizações humanas foram efetuadas no passado e cabe aos homens e mulheres do presente apreciarem esses monumentos de grandeza. Esse tipo de história, para uma

pessoa ativa, pode inspirar a busca de grandeza e a transformação do presente. Mas, para espíritos acomodados ele estimula a apatia, pois faz acreditar que toda a grandeza já foi realizada no passado e o presente será apenas de decadência. “Deixai que os mortos enterrem os vivos” afirmou Nietzsche (2005, p. 90) ironicamente, indicando que a reverência demasiada aos heróis do passado gera acomodação.

Pela análise da produção e repercussão dos *memes*, fica evidente que em Aragarças predomina essa visão negativa da história monumental. Os tempos heroicos foram os da Expedição Roncador Xingu e os da Fundação Brasil Central quando, por exemplo, um jornal da capital federal produziu uma matéria sobre a região com o título “Em Aragarças começa a civilização do Brasil Central” (A NOITE, 1945). Com o fim dos investimentos federais, a cidade se enquadrou na normalidade do desenvolvimento econômico social típico de uma pequena cidade do interior goiano. Mas para quem viveu tempos áureos e extraordinários, a normalidade foi vista como decadência. As grandezas do passado alimentaram uma visão nostálgica deste, e apática em relação ao futuro, como mostram os conteúdos dos *memes* analisados.

Historicamente, Barra do Garças, com a sua dinamicidade impulsionada pelo agronegócio dos imigrantes sulistas na década de 1970, passou a espelhar as oportunidades perdidas por Aragarças. Assim, a memória coletiva dos pioneiros aragarcenses reproduziu os discursos da decadência e do atraso e induziu as novas gerações a aceitar a retórica da difamação perpetrada pela cidade vizinha. De acordo com Martins (2015, p. 70), “aquele que mora na cidade de Aragarças, não diz, ou raramente diz que mora, quando perguntado por um indivíduo de outra região, logo a resposta é: *moro em Barra do Garças*”.

Nesse caso, pode-se comparar a situação de Aragarças como sendo similar a dos moradores do loteamento de Wiston Parva, analisada por Elias e Scotson (2000), que aceitaram os insultos dos habitantes mais tradicionais da cidade. Nos dois lugares é possível perceber indícios de que um círculo perverso pode ter contribuído para que os mais jovens introjetassem e reproduzissem os discursos jocosos passando, então, a ter uma percepção equivocada sobre o lugar em que vivem e sobre si mesmos, considerando-se inferiores aos outros.

Assim, resta esclarecer os motivos da população de Barra do Garças em produzir tais discursos. Nesse caso, a teoria do “narcisismo das pequenas diferenças” de Freud (2010) é bastante útil. Primeiramente, rebaixar o “outro” possibilita elevar o “nós”, garantindo maior coesão social ao grupo. Dizer que Aragarças é atrasada e violenta pressupõe que Barra do Garças seja dinâmica, moderna e mais segura. Há, desse modo, uma visão supervalorizada dos aspectos da cidade que produz orgulho e euforia aos seus habitantes, ou seja, uma espécie de cegueira perceptiva em relação à realidade. Se os índices demográficos e sociais de Barra do Garças fossem comparados, por exemplo, com Rondonópolis (MT) ou Rio Verde (GO), cidades bem maiores e mais dinâmicas¹⁹, poderia haver certa frustração. Mas, ao compará-los com Aragarças, tão próxima ao cotidiano dos moradores, o narcisismo coletivo parece se tornar muito evidenciado.

Outro motivo é que o “narcisismo das pequenas diferenças” é uma estratégia de agressividade simbólica. Agredir o outro é uma prática condenada pela civilização, mas algumas agressões simbólicas são permitidas e provocam euforia coletiva. É o caso dos torcedores de futebol que ficam extasiados ao insultar os torcedores do time rival derrotado. É o caso também de lugares próximos, mas separados o suficiente a ponto de criar uma identidade grupal individualista. Produzir *memes* sobre Aragarças, desse modo, é uma oportunidade de agredir simbolicamente o outro e ser congratulado pelo grupo como uma espécie de herói de guerra. Isso alimenta a máquina de produção de *memes* pejorativos sobre a cidade rival.

Enfim, os *memes* pejorativos produzidos sobre Aragarças podem contribuir para a compreensão das relações de disputas identitárias simbólicas entre dois lugares tão próximos e semelhantes em termos socioeconômicos, mas que aceitaram a retórica da diferença.

¹⁹ Enquanto a população de Barra do Garças foi estimada para o ano de 2018 em cerca de 60 mil habitantes, a de Rondonópolis foi estimada em 228 mil e a de Rio Verde em 229 mil. O PIB de Barra do Garças foi mensurado para o ano de 2016 em 1,7 bilhão de reais, enquanto o de Rondonópolis foi de 7,6 bilhões e o de Rio Verde foi de 8,3 bilhões no mesmo ano. Os dados foram consultados no site <https://pt.wikipedia.org> na página respectiva de cada município.

Referências

A NOITE. “Em Aragarças começa a civilização do Brasil Central”. **A Noite**. Rio de Janeiro, de 27 de junho de 1945. Disponível em: <<http://memoria.bn.br>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

ARAGARÇAS. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Aragar%C3%A7as>>. Acesso em: 15 jun. 2019.

ARAGUAIA NOTÍCIAS. “Barra do Garças apresenta o melhor índice de segurança de MT”. 20 jan. 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/32tlV6W>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

BARRA DO GARÇAS - M11 Gr4u. Disponível em: <<https://www.facebook.com/BG.M11Gr4u/>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

BARRA DO GARÇAS. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Barra_do_Gar%C3%A7as>. Acesso em: 12 ago. 2019.

CÂNDIDO, Evelyn Coutinho Rother; GOMES, Nataniel dos Santos. Memes: uma Linguagem Lúdica. **Revista Philologus**, Ano 21, n. 63. Anais da X CNLF. Rio de Janeiro: CiFEFiL, set./dez. 2015.

CUNHA, Sarah Tavares Corrêa. **No vale do Araguaia mato-grossense: uma análise do mercado imobiliário de Barra do Garças no período de 1950-1975**. 2006. Dissertação (Mestrado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Estadual Paulista, São Paulo.

DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta**. Tradução Geraldo H. M. Florsheim. São Paulo: Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo. 2014. Disponível em: <<https://bit.ly/36RBCbE>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

DEEPASK. Portal da transparência das cidades do Brasil - Aragarças, GO e Barra do Garças, MT. Disponível em: <<https://bit.ly/36C5w3v>>. Acesso em: 12 ago. 2019.

DINIZ, Zélia dos Santos. **Município de Aragarças**. 2. ed. Aragarças: ALVCACO, 2016.

ELIAS, Norbert; SCOTSON, John L. **Os estabelecidos e os outsiders: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FREUD, Sigmund. **O mal-estar na civilização**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.

HARTOG, François. **O espelho de Heródoto: ensaio sobre a representação do outro**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2014.

HORTA, Natália Botelho. **O meme como linguagem da internet: uma perspectiva semiótica**. 2015. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Brasília, 2015.

IMPrensa POPULAR. Ed. 02309. Rio de Janeiro, 7 de janeiro de 1957. Disponível em: <<https://bit.ly/36KbxLg>>. Acesso em: 05 nov. 2019.

LIMA FILHO, Manuel Ferreira. Aragarças: a cidade encantada no sertão de Goiás. **Revista Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 6, n. 13, p. 65-87, jun. 2000.

LIMA FILHO, Manuel Ferreira. **O desencanto do Oeste**. Goiânia: Editora da UCG, 2001.

MACIEL, Dulce Portilho. Aragarças (1943-1968): a moderna urbe na rota para o oeste. **Revista Plurais**, Anápolis, v. 1, n.4, 2006.

MARTINS, Pollyany Pereira. **Dinâmica Socioespacial de Aragarças Goiás**: a cotidianidade na construção e estruturação do espaço urbano. 2015. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Goiás, 2015.

NIETZSCHE, Friedrich. “Consideração Intempestiva sobre a utilidade da história e os inconvenientes da história para a vida”. In: MELO SOBRINHO, Noéli Correia (sel.). **Escritos sobre a história**: Friedrich Nietzsche. Rio de Janeiro: PUC; São Paulo: Loyola, 2005. p. 67-98.

REINO, Luiz Moreno Guimarães; ENDO, Paulo Cesar. Três versões do narcisismo das pequenas diferenças em Freud. **Trivium**, Rio de Janeiro, vol. 3, n. 2, jul./dez. 2011.

RIBEIRO, Hidelberto de Sousa. **Políticas territoriais e colonização numa área da Amazônia Oriental**. Jundiaí: Paco Editorial, 2016.

RIO VERDE. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Rio_Verde>. Acesso em: 17 jun. 2019.

RONDONÓPOLIS. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org/wiki/Rondon%C3%B3polis>>. Acesso em: 14 ago. 2019.

SILVA, Bruna Alves da. “**O mundo é diferente da ponte pra cá**”: a distinção como chave interpretativa da relação entre Aragarças-GO e Barra do Garças-MT (1920-1980). 2019. Dissertação. Mestrado Interdisciplinar em Territórios e Expressão Cultural do Cerrado, Universidade Estadual de Goiás, 2019.

VARJÃO, Valdon. **Barra do Garças**: migalhas de sua história. Brasília: Senado Federal, 1985.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 04/11/2019
Aprovado em: 03/02/2020

As rádios universitárias como espaços de fortalecimento de uma política pública em radiodifusão

University radios as strengthening area of a public policy in broadcasting

Paulo Fernando de Carvalho LOPES¹
Roberto de Araújo SOUZA²

Resumo

Este artigo trata de indicadores-chave que ajudem a pensar o desafio das rádios universitárias em equacionar a formação profissional, programação e interesse público de modo a consolidar uma radiodifusão pública que fortaleça a democracia. Os conceitos de independência, transparência, autonomia administrativa e financeira são considerados fundamentais para a radiodifusão pública pela Unesco (2001) e Valente (2009). Autores como Deus (2003); Martín-Pena (2018); Mustafá, Kischinhevsky (2018); Zuculoto (2012) mostram que, embora estejam inseridas neste campo, as rádios universitárias apresentam características diferenciadas em virtude de seus objetivos e finalidades. Destaca-se a necessidade de um *modus operandi* em comum para as rádios universitárias tornarem-se um espaço de aproximação, experiência e experimentação dos estudantes, assim como testar novos formatos e conteúdos que se diferenciem das rádios comerciais.

Palavras-chave: Indicadores-chave. Radiodifusão pública. Rádios universitárias. Universidades federais.

Abstract

This article discusses key indicators that help to think about the challenge of university radios in equating the relationship of professional training, programming and public interest in order to consolidate a public broadcasting that strengthens democracy. The concepts of independence, transparency, administrative and financial autonomy are considered fundamental to public broadcasting. (UNESCO, 2001; VALENTE, 2009) Deus (2003); Martín-Pena (2018); Mustafá, Kischinhevsky (2018); Zuculoto (2012) show that although university radios are generally inserted in this field they have more peculiar

¹ Professor Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professor do Curso de Comunicação Social/Jornalismo e do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (UFPI), Coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Discursos (JORDIS). E-mail: pafecalo@ufpi.edu.br. ORCID: 0000-0001-8104-7334.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade Federal do Piauí (UFPI), bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Piauí (FAPEPI). Membro do Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Discursos (JORDIS). E-mail: jornalista robertoaraujo@gmail.com.

characteristics due to their objectives and purposes. , such as the need to present itself as an spot for students to get closer to the professional market, and the possibility of experimenting with formats and content not appropriated by commercial radio, thus being a space for fostering alternative production.

Keywords: Broadcast indicators. Public broadcasting. University radios. Federal universities.

Introdução

Algumas características são comuns ao surgimento das rádios universitárias em alguns países: o pioneirismo das universidades públicas; um reconhecimento inicial enquanto “rádios educativas” e, posteriormente, uma caracterização como “rádios públicas”. Vale ressaltar que no pioneirismo, o foco foi a extensão universitária, considerado um dos pilares das instituições ao prestarem um serviço à sociedade. O Decreto-Lei nº 236 de 1967 facilitou ao permitir que os entes da federação e autarquias, como universidades e fundações, pudessem solicitar as outorgas sem necessidade de processo seletivo. Nos anos 70 já havia dezenas de emissoras com finalidade educativa no país.

O conceito de “rádios públicas” tem uma ampla diversidade de experiências pelo mundo que abrange distintos modelos de organização, objetivos e finalidades. Em 2001, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) lançou os princípios da universalidade, da diversidade, da independência e da especificidade para as televisões e rádios públicas. O mesmo documento definiu sobre o mandato da direção os objetivos e o financiamento das emissoras.

Zuculoto (2012) categoriza o “campo público da radiodifusão” em emissoras não-comerciais estatais, educativas, culturais e universitárias. Dessa forma, pensar as rádios universitárias vinculadas às universidades federais está dentro de uma compreensão de sistema de radiodifusão pública, na qual esses princípios não devem ser descartados.

Múltiplas experiências e definições podem marcar o conceito do que seriam “rádios universitárias”. Em um primeiro momento, pode-se resumir basicamente à definição de emissoras de rádios ligadas a universidades, independente de que rádio (seja

com transmissão por ondas eletromagnéticas, seja por internet) ou de que universidade (sejam públicas, privadas, filantrópicas, confessionais etc).

Um dos grandes desafios das rádios universitárias por possuírem características próprias em virtude de seus objetivos e finalidades, é equacionar a relação “formação de profissionais”, “programação” e “interesse público”. Considerando este dado, o objetivo principal deste texto é propor indicadores-chave que ajudem a pensar um modo de atuação em comum para as rádios, a fim de ajudar tanto na formação quanto na consolidação de redes entre as emissoras universitárias. A ideia ao apresentar possíveis indicadores-chave é desenhar uma possibilidade que contribua como um parâmetro que atenda a este campo em específico.

A problemática encontrada ao pesquisar o histórico e as características das rádios universitárias é que nos deparamos com uma multiplicidade de experiências. Cada emissora define de forma particular como funciona, o que causa distanciamento e isolamento. Diferentes modos de organização, direcionamentos na programação, participação da comunidade universitária ou da sociedade em geral estão em diferentes medidas nas cerca de 100 emissoras vinculadas a 85 instituições de ensino superior. Do total de rádios identificadas pelo levantamento, 73 são transmitidas por ondas hertzianas e replicadas pela internet e outras 27 são sintonizáveis apenas online (MUSTAFÁ; KISCHINHEVSKY, 2018).

As rádios universitárias representam um segmento que vem ganhando maior atenção pela academia dentro do âmbito geral das rádios públicas. A caracterização de indicadores-chave requer uma reflexão que inclua aspectos das discussões sobre a radiodifusão pública. Dessa forma, enquanto pesquisa bibliográfica, a coleta dos dados e a construção metodológica dos indicadores são resultados de uma revisão de literatura dos principais autores que discutem a radiodifusão pública e as rádios universitárias em livros e artigos científicos.

Contextualizando as rádios universitárias

Estudos mostram que não há consenso quanto ao surgimento das chamadas rádios universitárias. As primeiras emissoras norte-americanas surgem antes da década de 1920, a partir de experimentos em universidades sobre ondas eletromagnéticas. Na

Argentina, pouco tempo depois com a Reforma Universitária de Córdoba, há um movimento que impulsiona as então elitistas universidades para uma aproximação maior com a sociedade, o que fermenta o surgimento da primeira emissora ligada à Universidad Nacional de La Plata (MARTÍN-PENA, 2018).

Giorgi (2018) aponta que na emissora argentina já havia uma preocupação com o tripé “ensino, pesquisa e extensão”, característica hoje considerada pilar das universidades públicas. O contexto em que surgiam as primeiras experiências de emissoras de rádio, durante a Reforma de 1918, tinha a extensão universitária como uma das reivindicações.

O conceito extensionista, uma das marcas indelévels do espírito da Reforma Universitária de 1918, encontrou um canal nessas novas tecnologias que surgiram entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX e foi gerando, dando forma à rádio universitária, um pouco por causa da curiosidade do pesquisador, e também por causa da novidade da propagação à distância da mensagem universitária acadêmica e institucional multiplicada exponencialmente (GIORGI (2018, p. 131, tradução nossa).

Depois desta emissora pioneira, outras experiências surgiram em países como Chile, Colômbia, México, dentre outros. No entanto, ainda existem lacunas no que se referem ao que seria uma padronização ou característica central destas emissoras.

Há existência de alguns indícios que mostram que desde o início não existem “modelos paradigmáticos” para estas rádios devido às universidades terem autonomia, o contexto institucional de cada uma delas; as questões administrativas, técnicas e acadêmicas e orçamentárias.

A Constituição Brasileira de 1988 levou as emissoras universitárias a tentarem uma articulação porque mesmo naquela época havendo um interesse por um perfil mais público destas rádios, naquele momento, a então Radiobrás (responsável pelas emissoras de rádio e televisão da União) tinha uma característica mais governamental.

Deus (2003) sugere um direcionamento mais autônomo para as rádios das Universidades Federais no Brasil, pois elas necessitariam “formular um conceito que as possibilite, juntas, buscar o fortalecimento de suas propostas educativas, sociais e culturais.” (p.12). A autora defende que o horizonte das rádios universitárias deve ser a

partir de duas perspectivas: laboratorial e público, sendo que a compreensão de público abrange o que seria para “todos”. Uma das primeiras características das emissoras universitárias públicas seria reconhecer a pluralidade cultural, destinando espaços para diferentes públicos.

Já a atividade laboratorial é onde:

(...) os estudantes ultrapassam os estreitos espaços da sala de aula e da avaliação do professor. Aprendem que no rádio não existem espaços em branco, frases recheadas de adjetivos e que a mensagem radiofônica é fruto de um excelente conhecimento da língua, da agilidade na interpretação do fato e no rigor da pesquisa jornalística. Acabam por dividir com a sociedade o seu fazer e a sua avaliação (DEUS, 2003, p. 312).

O ambiente da rádio universitária é fundamental para que os estudantes – em especial os alunos de Comunicação – possam compartilhar sua atividade prática em sala de aula com a sociedade em geral. Estas rádios deveriam se basear na “formação dos alunos, na divulgação do conhecimento, na democratização da comunicação e na extensão universitária pública” (DEUS, 2003, p. 309).

Ibarra (2018) destaca também a necessidade de haver uma aproximação entre o ensino e a prática na rádio universitária, entendendo que esta união deve ter a universidade como um ambiente em comum. Para ele, a emissora universitária deve buscar permitir, além de veicular o conhecimento produzido por disciplinas ou por pesquisas, que estudantes possam ter contato com processos de produção no rádio. “As disciplinas em geral têm muito a contribuir para as rádios, tanto no conteúdo quanto na produção desses conteúdos das oficinas de comunicação de rádio em termos de linguagem e práticas” (p. 50, tradução nossa).

A participação dos estudantes na emissora é considerada fundamental por, além de permitir a experimentação no alunado, possibilitar o exercício de imaginação e criatividade que os jovens estudantes podem propiciar no meio. Para o radialista José Ignacio López Vigil, uma emissora universitária:

Deve ser um espaço de experimentação sonora, de imaginação e criatividade, e quem melhor que os estudantes para desenvolverem isso. O que seria uma rádio universitária sem estudantes. Creio que atrás

disto há um falso conceito do profissional. Os estudantes devem poder entrar e sair da rádio sem tanta burocracia, para que inventem e se equivoquem, o direito a equivocar-se é fundamental se quer ser um laboratório de experimentação (VIGIL *apud* IBARRA, 2018, p. 51).

Além do alunado da área de comunicação, estudantes de outras áreas do conhecimento podem, ao dispor da rádio universitária, experimentar e participar de diferentes maneiras. Existem experiências que mostram a participação de estudantes de áreas como música, engenharias, tecnologias da informação, direito, administração, dentre outros, tanto na produção de conteúdo dessas emissoras, como também na parte técnica, em organização de logística, organização, dentre outros.

Outra característica das rádios universitárias é a forma como se organizam, de que forma são geridas e que tipo de vínculo possuem com a universidade à qual pertencem ou estão ligadas. Após levantamento feito por Mustafá e Kischinhevsky (2018) com a direção das rádios universitárias, foi identificado que a maioria das emissoras consultadas é subordinada diretamente às administrações das universidades ou a suas assessorias e a fundações mantenedoras.

O resultado da pesquisa mostra a existência de emissoras vinculadas às unidades acadêmicas, sejam diretorias ou departamentos, sendo que, destes, a maior parte é de webrádios. O levantamento também apontou que, mesmo nos casos de emissoras vinculadas às administrações, a maior parte dispõe de um professor no cargo de supervisor/diretor da emissora.

No que se refere à indicação dos gestores, na maioria dos casos há indicação direta pelas reitorias ou pelas unidades acadêmicas às quais são subordinadas. Em muitas das rádios universitárias os mandatos têm duração de três ou quatro anos, em concomitância com os mandatos dos reitores.

Indicadores-chave para rádios universitárias

A partir do exposto acima, passa a ser apresentada a proposta dos indicadores-chave em uma perspectiva que avance no intuito de contribuir para o fortalecimento do segmento e apresente um direcionamento que ajude a melhor equacionar a relação formação de profissionais, programação e interesse público.

Independência

Uma premissa considerada fundamental para a radiodifusão pública é a independência. Pieranti (2018) considera que esta característica deve ser perseguida e sugere quatro itens principais para alcançá-la: a forma de indicação de dirigentes, fontes plurais de financiamento, estabilidade dos dirigentes e outros profissionais e mecanismos de controle social. De certa forma, consideramos que tal vinculação institucional com o gestor da universidade distancia dessa premissa da independência, embora reconheçamos a necessidade de uma análise mais precisa para que se entenda individualmente cada emissora.

No que se refere à existência de algum conselho deliberativo ou consultivo, segundo dados da pesquisa de Mustafá e Kischinhevsky (2018), poucas rádios universitárias cumprem esta orientação. São variadas as experiências de participação na gestão dessas emissoras. Algumas dispõem de conselhos curadores, outras de conselhos editoriais de programação, outras de mais de um conselho, havendo um deliberativo e outro fiscal (semelhante à estrutura pensada para a Empresa Brasil de Comunicação quando fundada); sendo que alguns mantêm reuniões periódicas, outros não. A maioria dos conselhos é formada por professores e membros da administração da universidade, em alguns casos há a participação de estudantes e, em número ainda inferior, de representantes de outros entes representativos da sociedade civil.

Das federais, de acordo com o levantamento dos autores em 2018, existiam Conselhos dessa natureza apenas na Universidade Federal de Viçosa e Universidade Federal de São Carlos. Na Universidade Federal de Pernambuco, estava em processo de implementação e na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, o início de mandato de um novo reitor desarticulou o encaminhamento para a implantação do órgão (MUSTAFÁ; KISCHINHEVSKY, 2018).

Para Silva (2013), a participação (representada pela existência de instâncias colegiadas nas tomadas de decisões, oposta à centralidade de um diretor ou presidente) é um dos indicadores-chave para analisar a qualidade da mídia pública. Além da participação, a transparência, a autonomia administrativa e a independência financeira completam esses eixos considerados fundamentais. Ele sublinha, ainda, dentro do aspecto da autonomia administrativa, que o principal indicador neste âmbito é a não vinculação

dos participantes de tais conselhos com o titular da organização mantenedora (no caso específico das rádios universitárias federais, com os reitores).

A premissa da independência em emissoras de radiodifusão pública sugere que este ambiente seja um palco livre de ideias e opiniões, sem a interferência ou imposição de agentes governamentais, ideológicos, econômicos, políticos etc. Ela é fundamental quando se especifica, dentro do campo público, as emissoras universitárias, uma vez que a universidade, em si, é caracterizada como espaço da pluralidade e da divergência de pensamentos. O papel dessas emissoras é, também, evidenciar as discussões que ocorrem dentro do ambiente universitário, mas que perpassa a sociedade como um todo.

Segundo Pieranti (2018), existem quatro aspectos como índices de independência para uma emissora de radiodifusão pública:

(a) complexidade na indicação dos dirigentes, o que significa incorporar diferentes atores ao processo de escolha, pulverizando a influência de grupos e correntes políticas específicas; (b) estabilidade dos dirigentes e profissionais críticos, o que ajuda a preservar a equipe, independentemente das posições manifestadas na programação; (c) mecanismos de controle social para a fiscalização, pela sociedade, das atividades desenvolvidas pelas emissoras; e (d) fontes plurais de financiamento, de forma que a diminuição dos recursos provenientes de uma origem não comprometa as atividades em curso” (PIERANTI, 2018, p. 275).

É importante que se frise que as discussões do autor estão voltadas às emissoras públicas administradas diretamente por órgãos vinculados à União ou aos estados. No caso das rádios universitárias, que têm a gestão definida pela Administração Superior das Universidades, alguns aspectos se diferenciam.

Silva (2013) recorre aos quatro princípios da UNESCO para a mídia pública (universalidade, diversidade, independência e diferenciação) para elencar os seguintes eixos que considera fundamentais especificamente para a estrutura de organização: transparência (referente à publicização sobre funcionamento, dados orçamentários, relatórios etc.); participação (colegiados deliberativos, participação de representantes de diferentes setores da sociedade etc.); autonomia administrativa (a partir do grau de vinculação dos membros do colegiado com o titular da organização à qual pertence); e independência financeira (receitas próprias, receitas oriundas de tributos etc.).

No caso da transparência, por exemplo, não necessariamente as rádios precisam prestar conta em seus sites, mas os portais das Universidades dispõem (ou deveriam) de mecanismo de transparência para os diferentes órgãos de sua estrutura.

Uma característica importante para identificar o grau de independência reside na localização das emissoras no organograma das universidades, ou seja, se são vinculadas à reitoria, às assessorias de comunicação, aos centros de ensino, ou se possuem núcleos próprios. Como nos indica Mustafá e Kischinhevsky (2018), para além da subordinação, é válido identificar se a indicação do diretor ou gestor da emissora é direta pelo reitor, e como se dá – quando tem – a composição dos conselhos deliberativos da emissora.

Laboratorial

Caracteriza-se enquanto aspecto laboratorial a possibilidade das rádios universitárias servirem de espaço de prática profissional, de modo que os estudantes adquiram um contato com a experiência do mercado de trabalho dentro das universidades.

Assim, os alunos podem participar das atividades desenvolvidas na emissora, permitindo aos estudantes o acúmulo de experiências que permitam o trabalho em outras emissoras tanto públicas como privadas. No entanto, uma outra característica dessas emissoras é o experimentalismo, que permite que os estudantes possam experimentar formatos e modelos radiofônicos não vigentes nas rádios comerciais. Esta premissa consiste em possibilitar ao alunado, além de aprender a técnica para o exercício profissional, que este possa usar da criatividade e inovar no conteúdo a ser abordado. No entanto, o nível deste aspecto varia entre as emissoras, já que em algumas o índice de estudantes é inferior e, em outras, há uma participação maior.

Quanto à participação de estudantes da área de Comunicação, Deus (2003) aponta que esta experiência permite associar à formação do futuro profissional uma capacidade crítica de lidar com a pluralidade, o interesse público e uma aproximação com as questões sociais. Além disso, o contato com a experiência específica a partir das especificidades das emissoras universitárias, permite uma aproximação com o conhecimento científico, com os personagens que desenvolvem pesquisas e a um fazer jornalístico mais pautado em uma perspectiva de jornalismo de interesse público – de

alguma forma, também contribuindo para uma transformação no jornalismo de um modo geral, mesmo na estrutura comercial.

No entanto, além dos alunos da área de Comunicação, pesquisadores das mais diversas áreas podem ter nas rádios universitárias espaços para abordar discussões e permitir experiências diferentes aos estudantes. Além disso, o espaço pode servir de laboratório também no que se refere às áreas técnicas, como engenharias e tecnologia da informação, a partir de estudos de mecanismos de otimização nos equipamentos da rádio.

Experimentalismo

O experimentalismo é a possibilidade de apresentar formatos e modelos de programação radiofônica diferentes do praticado nas rádios comerciais. Este aspecto está ligado ao laboratorial, uma vez que a participação de estudantes é crucial no trabalho de inovar e experimentar novos formatos sonoros. No entanto, a diferença entre ambos reside no fato de que o laboratorial se caracteriza por um modo de organização das emissoras, que permitem que estudantes componham seu quadro de pessoal com um intuito profissional; o experimentalismo se dá a partir do conteúdo que a rádio universitária veicula, se objetiva ou não transmitir uma programação que supere os formatos e modelos já experimentados e replicados nas demais emissoras de rádio – sejam comerciais ou públicas.

Enquanto as emissoras de rádio comerciais se arraigam em modelos de programas radiofônicos já experimentados e consolidados para garantir a audiência, entendemos como papel das emissoras universitárias permitir que se experimente formatos e modelos de programas diferentes dessas emissoras. Deus (2003) frisa o caráter experimental das rádios universitárias como um espaço que permite “liberdade” para uma inovação de conteúdos que a diferencia do modelo de rádio comercial. Dessa forma, para a autora, além do ensino mesclado com a atividade, a transmissão de conteúdo alternativo faz parte da identidade da emissora universitária.

Os estudantes, ao mesmo tempo em que têm no rádio o ambiente para aprender sobre a técnica do meio e também sobre os formatos sonoros já consolidados e padronizados, podem ir além e tentar experienciar novos formatos e abordar diferentes conteúdos. O fato dos estudantes serem pioneiros no processo de ensino-aprendizagem

permite que, nos casos de não-sucesso, identifique-se os equívocos, corrija-os e originem-se novas alternativas.

Na atualidade, com as múltiplas possibilidades que as tecnologias digitais e as plataformas na internet estão apresentando, esta premissa já nem se fecha tanto nestas emissoras, uma vez que as possibilidades de experimentação estão mais fáceis nas ferramentas virtuais. No entanto, algumas rádios universitárias ainda associam suas práticas a este papel. Essas rádios também abrem espaços para programação musical diferente das emissoras comerciais. É nas universitárias onde bandas autorais com músicas que experimentem novos modelos e formatos têm a visibilidade e podem divulgar sua produção independente.

Cotton (2018) aponta que com a ascensão das plataformas digitais, o rádio tem precisado se reconfigurar e apresenta como uma opção às rádios universitárias uma proposta de investimento na ficção e na atividade laboratorial de produção de atores, produtores e guias para as ondas sonoras. Mais do que apresentar respostas, o autor traz questões sobre esta possibilidade de experimentação no rádio. Desta forma, é possível identificar que as possibilidades de experimentação nestas emissoras vai para além do conteúdo jornalístico ou educativo/cultural, mas também enveredando por outros aspectos, como o ficcional, artístico e musical.

Interesse Público

Muitas rádios universitárias – e outras emissoras ligadas à União ou aos Estados – têm suas concessões caracterizadas como de rádios educativas. Antes, por conta desta questão legal e da autodefinição enquanto emissoras educativas, suas finalidades eram a transmissão de conteúdo educativo com programas instrucionais, tanto de alfabetização como formação de outras áreas. Hoje, esta perspectiva educativa está permeada por um aspecto mais complexo, que é o do Interesse Público. A programação das rádios universitárias deve estar contemplando, de formas variadas, não segmentadas, e muitas vezes perpassadas uma pela outra no que se refere à cultura, às artes, à ciência, à tecnologia e à educação.

No início das experiências com o rádio partia-se de uma concepção de cultura erudita a ser difundida entre as massas e esta desempenharia papel importante. Hoje, a

programação das emissoras direciona para um conteúdo cultural de forma que valorize-se a cultura popular. Como foi citado anteriormente, existe uma grande diversidade de experiências de rádios universitárias. Portanto, um conteúdo de interesse público, que busque ter a sociedade e o cidadão como beneficiados, deve ter como eixo central a pluralidade enquanto peça-chave da programação das emissoras universitárias.

Considera-se Interesse Público os aspectos educativos, culturais e artísticos que historicamente andam juntos desde o princípio, onde havia uma noção de “educar/formar as massas” através do novo meio de comunicação que atingia a todos os públicos tanto ao fornecer conteúdo formativo, como em coberturas de atividades e eventos culturais.

Como aponta Barbosa Filho (2009), a educomunicação tem proposto novas produções educativas para rádios, permitindo usos diferentes de recursos de mídia. O autor elenca os seguintes formatos radiofônicos dentro do gênero educativo-cultural: programa instrucional, audiobiografia, documentário educativo-cultural e programa temático. Deste modo, a reconfiguração de como o conteúdo de interesse público se dá nas rádios universitárias faz dessas emissoras importantes vetores para a transmissão de conteúdos que privilegiem os temas educativos, culturais e artísticos. Vale ressaltar que, em geral, o ambiente universitário é pólo de expressividade artística e cultural, o que faz dessas emissoras, por conta da proximidade, um potencial meio de difusão.

Divulgação Científica

Pensar na Divulgação Científica na rádio universitária sugere caracterizá-la como um eixo fundamental destas emissoras, que por situarem-se no ambiente universitário, devem servir como porta principal para o acesso da ciência produzida nos laboratórios e núcleos de pesquisa da instituição.

Barbosa Filho (2009, p. 109) cita a divulgação tecnocientífica como um dos formatos do gênero jornalístico e que tem como função “divulgar e, conseqüentemente, informar a sociedade sobre o mundo da ciência, com roteiros apropriados e linguagem que seja acessível à maioria da população”. Embora a nossa conceituação possa categorizar uma perspectiva que se sobreponha ao gênero jornalístico, em linhas gerais esta é uma finalidade e premissa para as rádios universitárias, já que a universidade é um

ambiente no qual se desenvolvem pesquisas e a construção do conhecimento científico das mais diversas áreas.

Deus (2003) aponta essas emissoras como “veículos do saber científico, cultural, político, filosófico e musical”. A autora sugere pensar o conteúdo científico nas rádios para além da simples transmissão de informações sobre ciência, mas a partir de um “envolvimento ativo” com a sociedade na qual a rádio e a universidade estão inseridas.

Outro aspecto, segundo a Rede de Rádios Universitárias da América Latina e do Caribe (RRULAC), é o fato da comunidade científica ver nas rádios universitárias um instrumento importante para se apresentar e discutir o conhecimento científico. A rede enfatiza o papel histórico das rádios universitárias neste sentido.

Historicamente, por seus conteúdos e sua função, a rádio universitária tem sido um motor de transformação social, educativa e cultural. Alunos, professores, pesquisadores, artistas e cientistas têm tido voz nos microfones universitários, desde as primeiras emissoras até a atualidade (RRULAC *apud* MARTÍN-PENA, PAREJO CUÉLLAR, VIVAS MORENO; 2016; p. 1059, tradução nossa).

Dessa forma, as emissoras são mais do que espaços para se falar sobre ciência. Estas podem, junto a uma premissa de radiodifusão pública, fazer do tema “ciência” algo diretamente ligado à realidade das pessoas e promover uma aproximação dos laboratórios, das discussões que ocorrem entre as paredes das salas de aula, e dos periódicos de divulgação científica, com a comunidade. Assim, a rádio universitária permite uma aproximação da sociedade não só da ciência, mas da universidade e da própria emissora.

Considerações finais

Considerando que atualmente muitas rádios universitárias ainda não conseguem equacionar formação de profissionais, programação e interesse público, os indicadores-chave citados acima devem, em algum nível, contribuir para o processo de uma sistematização coletiva de procedimentos e modos de gestão. A ausência deles deve-se ainda à falta de uma regulação específica sobre as rádios universitárias e uma incipiente legislação sobre radiodifusão, que de um modo geral, difere na prática de emissora para

emissora em virtude dos contextos específicos de cada região, cidade e modo de concessão da rádio.

A formação de redes de rádios universitárias tem sido um caminho encontrado para suprir as práticas de gestões isoladas, processos produtivos distanciados e enfraquecimento da área. As redes em outros países têm possibilitado tanto uma aproximação quanto troca de experiências, como de intercâmbio de conteúdos, transmissões em uma tentativa de fortalecer a área em busca de visibilidade, investimentos e reconhecimento. Aqui no país, a Rede de Rádios Universitárias do Brasil (RUBRA), instituída em 2018, está em processo de implantação.

Deve-se também pontuar que os indicadores não ocorrem isoladamente. Todos são de alguma forma perpassados um pelo outro. O processo de aprendizagem do alunado no indicador laboratorial pode ser permeado pelo contato com fontes do conhecimento científico, da música independente, tema de interesse público, uma linguagem experimental etc.

Destacamos que tais indicadores são importantes no que se refere à organização e funcionamento, quanto à grade de programação e à forma como ela é produzida. Quando as universidades e as emissoras em si têm clareza dos objetivos e das finalidades da emissora universitária, bem como de que forma as práticas e os processos são executados, existem maiores possibilidades de materialização de tais indicadores.

Algumas universidades possuem dificuldade de entender e/ou achar um *modus operandi* para as rádios universitárias enquanto um sistema pertencente à radiodifusão pública. Enquanto a dispersão e não sistematização de protocolos, processos e práticas forem a realidade das rádios universitárias, pouco se avança em direção a novos modos de fazer. Uma atuação comum pode ajudar tanto na consolidação de redes entre as emissoras universitárias quanto no fortalecimento de uma política pública em radiodifusão.

Referências

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos**: os formatos e os programas em áudio. 2. ed. São Paulo: Paulinas, 2009.

COTTON, Marcelo. La ficción en la radio: una visión de futuro. In: HAYE, Ricardo; BOSETTI, Oscar. **Pensar las radios**: Reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores. Avellaneda: Undav Ediciones, 2018.

DEUS, Sandra. Rádios universitárias públicas: compromisso com a sociedade e com a informação. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, n. 2, p: 327-338, 2003.

GIORGI, Mario. De cómo la RRULAC se transformó en la RIU. In: MARTÍN-PENA, Daniel; MORENO, Agustín Vivas. **Rádios universitarias en marcha**: hacia la construcción de una contra agenda mediática. Avellaneda: Undav Ediciones, 2018.

IBARRA, Diego. Talleres de radio y emisoras universitarias: vínculos em el marco institucional y mediático. In: BOSETTI, Oscar E.; HAYE, Ricardo M. **Pensar las radios**: reflexiones desde las cátedras, talleres y otros alrededores. Avellaneda: Undav Ediciones, 2018.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; MUSTAFÁ, Izani; MATOS, Cristiana Martins de; HANG, Lorena. História do Rádio Universitário no Brasil – Uma primeira abordagem. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 11. **Anais...** São Paulo, 2017.

MUSTAFÁ, Izani; KISCHINHEVSKY, Marcelo; MATOS, Cristiana Martins de. Cartografia das Rádios Universitárias do Brasil (1950-2016). In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., Curitiba. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2017.

MUSTAFÁ, Izani; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Diversidade de experiências e desafios na gestão de rádios universitárias. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., Joinville. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2018.

MARTÍN-PENA, Daniel, PAREJO CUÉLLAR, Macarena, VIVAS MORENO, Agustín. **La radio universitaria** – Gestión de la información, análisis y modelos de organización. Barcelona: Gedisa, 2016. (ebook kindle)

MARTÍN-PENA, Daniel. Primeras experiencias radiofónicas y evolución del trabajo en red. In: APARISI, Mari Carmen **Rádios universitarias en marcha**: hacia la construcción de una contra agenda mediática. Avellaneda: Undav Ediciones; Badajoz: Junta de Extremadura; Madrid: Fundación Ramón Areces, 2018.

PIERANTI, Octavio Penna. **Políticas públicas de radiodifusão no Governo Dilma**. Brasília: Universidade de Brasília, 2017.

PIERANTI, Octavio Penna. **A radiodifusão pública resiste**: a busca por independência no Brasil e no Leste Europeu. Brasília: Universidade de Brasília, 2018.

PEREIRA DA SILVA, Sivaldo. Dimensões estruturais da mídia pública no Brasil: análise comparativa de indicadores-chaves em organizações de radiodifusão. **Ciberlegenda**, Niterói, v. 2, n. 29, p. 47-60, 2013.

UNESCO. **La radio y televisión pública**. Por qué? Como? Montreal, Conseil Mondial de la Radiotelevisión (CMRTV), 2001.

VALENTE, Jonas. Sistema público de comunicação do Brasil. In: SISTEMAS públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus; Intervezes, 2009.

VILLAFANA, Irving Berlín. El derecho a decir: radios universitarias y educativas en México. **Revista Latina de Comunicación Social**, v. 3, n. 27, 2000.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de rádios públicas brasileiras**. Florianópolis: Insular, 2012.

Revista Mídia e Cotidiano
ISSN: 2178-602X
Artigo Seção Livre
Volume 14, Número 1, jan-abr de 2020
Submetido em: 13/10/2019
Aprovado em: 11/02/2020

O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação?

Anti-vaccine movement in YouTube at post true times: Health education or disinformation?

Bianca Barros da COSTA¹
Daiane de Jesus VIEGAS²
Thamyris Almeida MOREIRA³
Paula Alvarez ABREU⁴

Resumo

Apesar dos benefícios da vacinação, movimentos antivacinação têm se espalhado pelo mundo. Neste estudo foi feita uma análise dos vídeos sobre o movimento antivacina no YouTube, o seu impacto em visualizações e a aceitação dos usuários. Foram realizadas duas buscas em períodos diferentes e 14 vídeos se mantiveram entre os mais relevantes nas buscas. A maioria dos vídeos foi contra o movimento e nestes havia profissionais de saúde que explicaram os benefícios das vacinas, enquanto os vídeos a favor usaram argumentos sem base científica, *fake news* e teorias conspiratórias. Apesar de serem a minoria, os vídeos a favor do movimento tiveram milhares de visualizações e houve aumento da razão *like/dislike*, mostrando que muitos seguidores se identificaram com o

¹ Possui Graduação em Farmácia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - campus Macaé. Mestrado em Produtos Bioativos e Biociências pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Atualmente é aluna de doutorado na UFRJ/Macaé. E-mail: costa.biancab@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8962-2639.

² Bióloga formada pela Unesp. Mestre na área de Microbiologia e Imunologia no programa de Pós-graduação em Biopatologia Bucal. Doutorado pelo Programa de Pós-graduação em Produtos Bioativos e Biociências na UFRJ, pesquisando moléculas sintéticas com atividades antifúngica e antiviral. Realizou parte de sua pesquisa na Universidade da Flórida, EUA, com bolsa PDSE da Capes. Atualmente, trabalha em seu pós-doutorado pesquisando moléculas com atividade antifúngica sobre *Sporothrix* sp., projeto financiado pelo CNPq. E-mail: daianej1@gmail.com. ORCID: 0000-0002-4829-6395.

³ Graduada em Farmácia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro, no ano de 2013. Mestrado pela UFRJ em 2015 no Programa de Pós-graduação em Produtos Bioativos e Biociências (PPG- PRODBIO). Doutoranda pelo PPG - PRODIO da UFRJ-campus Macaé e atualmente professora da Faculdade Salesiana Maria Auxiliadora desde 2015 e da Fundação Educacional da Região dos Lagos, desde 2018. E-mail: thamyris.pharma@gmail.com. ORCID: 0000-0003-3718-7131.

⁴ Professora adjunta III da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutora em Neurociências pela Universidade Federal Fluminense. Mestrado em Neuroimunologia na mesma instituição. Possui graduação em Farmácia Industrial pela UFF. Atualmente é membro permanente do Programa de Pós-graduação em Produtos Bioativos e Biociências da UFRJ. E-mail: abreu_pa@yahoo.com.br. ORCID: 0000-0003-2204-3012.

conteúdo. Em tempos de pós-verdade é essencial entender como as mídias sociais influenciam nas decisões em saúde.

Palavras-chave: Antivacinação. YouTube. Vídeos. Saúde. *Fake News*.

Abstract

Despite the benefits of vaccination, the anti-vaccination movement has spread around the world. In this study, we analyzed the videos about the anti-vaccine movement from YouTube, its impact on views and user acceptance. Two searches were performed at different times and 14 videos remained among the most relevant in the searches. Most of the videos were against the movement and in these, there were health professionals who explained the benefits of vaccines, while the videos in favor used unscientific arguments, fake news and conspiracy theories. Despite being a minority, the videos in favor had thousands of views and the like / dislike ratio increased, showing that many followers identified with the content. In post-truth times it is essential to understand how social media influence health decisions.

Keywords: Antivaccination. YouTube. Videos. Health. Fake News.

Introdução

O movimento antivacina engloba uma corrente de pensamento em que as pessoas optam por não se vacinar ou a seus filhos, baseando-se em supostos efeitos colaterais advindos da imunização (VASCONCELLOS-SILVA et al., 2015; MIZUTA et al., 2018). Este movimento iniciou-se em 1998 após a publicação de um artigo no periódico inglês *The Lancet*, em que o médico Dr. Andrew Wakefield e colaboradores afirmavam a relação direta entre o autismo e a vacina tríplice viral (DOBSON, 2003; DYER, 2008). Um tempo depois, o General Medical Council inglês publicou um relatório descrevendo a atitude antiética e irresponsável dos autores, assim Wakefield foi criminalmente responsabilizado, teve o registro médico cassado e o artigo foi retirado dos arquivos do periódico (DOBSON, 2003). Mesmo mediante a revelação da fraude e da falta de evidências científicas da correlação entre o autismo e a vacinação, foi notória a redução da procura pela vacinação, principalmente por adultos, em algumas partes do mundo pelo medo do desenvolvimento do autismo e de efeitos adversos graves associados aos componentes presentes nas formulações das vacinas, dando força ao movimento antivacina (GUIMARÃES, 2017).

Atualmente, não se fala mais tanto sobre a questão do autismo relacionado à vacinação, porém os grupos que se mostram adeptos ao movimento falam da presença de substâncias potencialmente tóxicas nas formulações das vacinas e os efeitos adversos, e também do apelo comercial das indústrias (DOBSON, 2003; DYER, 2008; VASCONCELLOS-SILVA et al., 2015; WANG; BARAS, 2015; GUIMARÃES, 2017; MIZUTA et al., 2018).

As vacinas são consideradas as ferramentas mais eficazes para a prevenção de diversas doenças, reduzindo a mortalidade infantil e economizando bilhões de dólares em custos com saúde a cada ano (CDC, 2011; SIQUEIRA et al., 2017). Ações planejadas, desenvolvidas no Brasil, como as campanhas de imunização, contribuíram para a erradicação da varíola em 1973 e da poliomielite em 1998, assim como auxiliam no controle do tétano, formas graves de tuberculose, difteria, coqueluche, caxumba, rubéola, hepatite B e influenza (FEIJÓ; SÁFADI, 2006). Em 2016, o Brasil recebeu da OMS o registro de erradicação do sarampo. Entretanto, nos últimos anos, ocorreram surtos da doença devido à redução na cobertura vacinal (BBC NEWS, 2018). Em todo o mundo os casos notificados da doença aumentaram em 30% a partir de 2016, enquanto a cobertura global com a primeira dose da vacina está em 85% na primeira dose e 67% na segunda, o que é menor do que os 95% desejáveis para evitar os surtos (OPAS, 2018).

Devido à popularização e difusão das informações acessadas via internet, há maior facilidade na transmissão de determinadas crenças. Muitas pessoas pesquisam online sobre saúde e a informação encontrada impacta na formação de opinião e tomada de decisão (KATA, 2012). Na internet, os indivíduos formadores de opinião são conhecidos como influenciadores digitais e são capazes de formar redes, reunir seguidores, selecionar conteúdos para influenciar estes seguidores e atuar também no marketing de produtos (KUMAR; GRUPTA, 2016; ALMEIDA et al., 2018). Segundo Bauman (2001), as referências de líderes não existem mais e as pessoas buscam a figura do conselheiro, que são pessoas que não precisam ser autoridades na área, mas que agem como exemplos a serem seguidos e, como as pessoas perderam outras referências, seguem a procurar novas orientações, novos exemplos e novos conselhos para suas vidas. Os influenciadores digitais são exemplos destes conselheiros, e alguns estão no YouTube influenciando as pessoas a partir do relato de suas vidas.

As plataformas digitais como o YouTube são tidas como ferramentas para obtenção de conhecimento, com ou sem referência científica que comprove (KATA, 2012). Estudos mostram que cerca de 80% dos usuários da Internet pesquisam informações sobre saúde online (FOX, 2011). As estatísticas mais recentes mostram que 16% dos buscadores pesquisados on-line são para informações sobre imunização ou vacinação e, deste grupo, 70% dizem que os resultados encontrados influenciaram as decisões de tratamento. Além disso, pesquisas demonstraram que a Internet, atualmente, aparece disputando com médicos como a principal fonte de aconselhamento em saúde (VASCONCELLOS-SILVA et al., 2015; SARASOHN-KAHN, 2008).

A utilização de informações em saúde obtidas na internet é uma questão de saúde pública complexa e que merece atenção da sociedade como um todo, tendo em vista os potenciais efeitos e riscos relacionados ao uso destas informações (MORETTI et al., 2012). A facilidade no acesso e velocidade do tráfego de informações com a internet tem facilitado o consumo e disseminação de informações falsas e termos como *fake news*, pós-verdade e desinformação se tornaram populares. Nesta nova relação com o saber na sociedade pós-moderna ocorre ascensão da desconfiança em relação à história oficial, e a sobrecarga cognitiva com o excesso de informação leva a uma condição de apatia denominada por alguns autores de “zumbificação da informação” em que as pessoas consomem e disseminam informações falsas ou distorcidas sem notar. Isso ocorre por vezes por falta de uma análise crítica e checagem das fontes (LEITE; MATOS, 2017; LYOTARD, 2014). Sendo assim, esse estudo tem como objetivo avaliar os vídeos publicados na plataforma digital do YouTube que estejam relacionados com o movimento antivacina, investigando a opinião apresentada nos vídeos e a potencial influência destes de acordo com as visualizações e aceitação dos usuários.

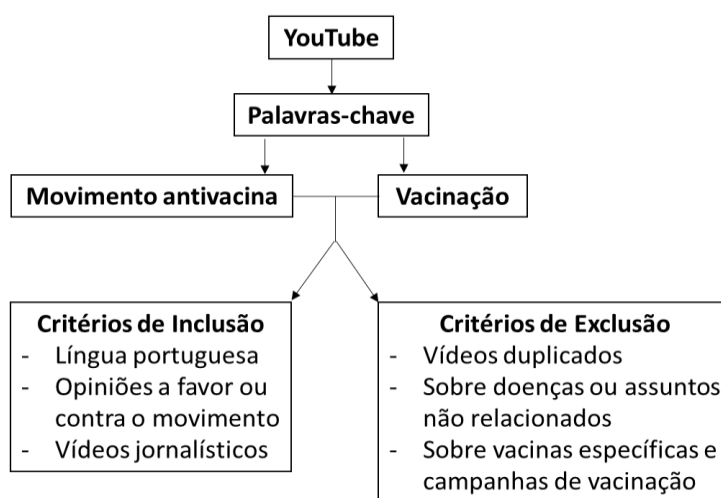
Métodos

A pesquisa do tipo descritiva observacional, com abordagem quali-quantitativa, foi realizada na plataforma digital de compartilhamento de vídeos YouTube (www.youtube.com) em duas etapas; a primeira coleta foi realizada no dia 29 de maio de 2018 e, tendo em vista que a relevância dos vídeos em plataformas como o YouTube pode mudar com o passar do tempo, foi realizada uma segunda coleta no dia 23 de agosto de

2019 a fim de analisar como este assunto está sendo abordado e se houve uma tendência para algum dos posicionamentos contra ou a favor do movimento nos vídeos, bem como verificar a permanência dos vídeos identificados na primeira etapa entre os mais relevantes.

As palavras-chave, usadas separadamente para identificar os vídeos em português relacionados ao movimento antivacina, foram “movimento antivacina” e “antivacinação”. Foram incluídos os vídeos em português que faziam referência direta ao movimento antivacina, usando como base o próprio discurso de cada um. Foram excluídos vídeos duplicados, em outros idiomas, sobre doenças ou assuntos não relacionados, sobre vacinas específicas ou campanhas de vacinação e os vídeos de cunho religioso sem opinião sobre o assunto (Figura 1).

Figura 24 – Fluxograma utilizado para a seleção dos vídeos a serem analisados



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Dessa forma, os vídeos foram categorizados em três grupos: aqueles que apresentaram opinião direta a favor, os vídeos contra o movimento antivacina e vídeos jornalísticos sem opinião direta, sendo estes considerados neutros; e foi realizada a identificação em relação à área de atuação profissional do responsável pelo canal que publicou o vídeo. Além disso, foram obtidas as seguintes informações de cada vídeo selecionado: duração do vídeo, tempo na plataforma desde o dia de postagem até o dia de análise, número de visualizações, número de curtidas (*like*) e não curtidas (*dislike*). É importante salientar que o tempo do vídeo na plataforma, do dia de postagem até a data da análise foi considerado para os cálculos das visualizações por dia. Em cada grupo, os

valores de visualizações, curtidas (*like*) e não curtidas (*dislike*) foram somados e divididos pelo número de vídeos, possibilitando desta forma uma comparação entre os diferentes grupos.

Resultados

Primeira etapa de análise dos vídeos do YouTube (29/05/2018)

Usando as palavras-chaves “movimento antivacina” foram encontrados 165 vídeos e com “antivacinação” foram encontrados 319, totalizando uma amostra de 484 vídeos para avaliação sobre o tema. Destes vídeos, 426 foram descartados após a aplicação dos critérios de exclusão, restando 59 vídeos elegíveis para a avaliação. A grande maioria dos vídeos foi descartada por tratarem de relatos sobre vacinas específicas como febre amarela e HPV, entre outras, e não ao movimento antivacina em si. Após a categorização dos vídeos nos grupos neutro, a favor ou contra o movimento antivacina, foi possível observar uma maior quantidade de vídeos no grupo contra o movimento (37) representando aproximadamente 62% do total, em comparação com o grupo a favor (11) e neutro (11). No grupo de vídeos contra o movimento foi observada maior aceitação quando avaliada a razão *like/dislike* (81) e de visualizações por dia (40) (Tabela 1).

Tabela 5 – Características dos vídeos dentro dos grupos analisados (A favor, Contra e Neutro) na primeira etapa da pesquisa, realizada em maio de 2018

Grupos	N	%	Visuali-zação	Dias no ar	Visuali-zação/dia	Like	Dislike	Like/Dislike
A favor	11	18	8858	564	15	2346	181	13
Contra	37	62	687601	17374	40	70612	869	81
Neutro	11	19	1722	432	4	820	17	48

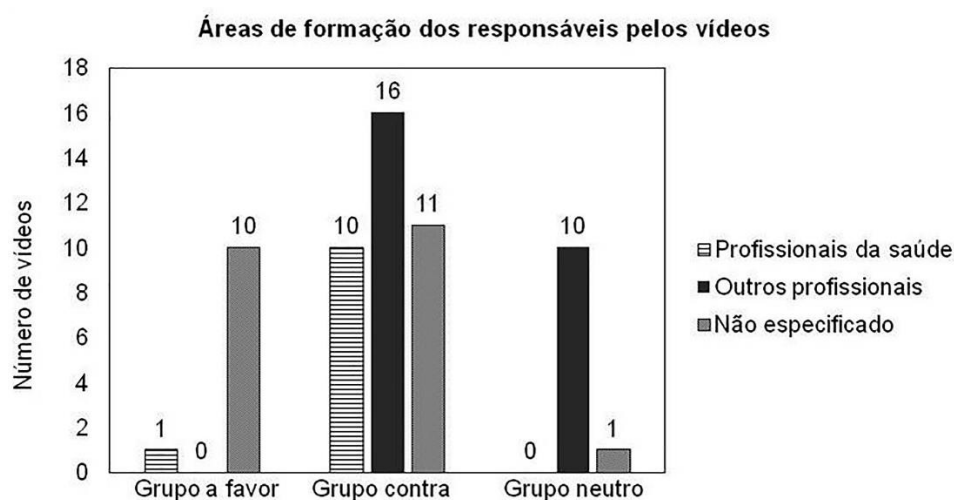
Fonte: Elaborado pelas autoras.

Destaca-se neste grupo o canal “Nerdologia” com 485.420 visualizações do seu vídeo, o que é justificado pelo fato deste canal ser relativamente bem conhecido no meio digital por voltar seus conteúdos para a divulgação científica, podendo, desta forma, ter grande influência sobre os seus mais de dois milhões de seguidores (FOX, 2011). Quando este vídeo foi retirado dos cálculos, o grupo contra o movimento passou a apresentar uma

razão de *like/dislike* igual a 41,4 e visualizações/dia igual a 13, o que foi menor do que a média de visualização/dia no grupo a favor. Assim, claramente é observada a elevação dos valores dentro deste grupo por causa do referido vídeo. De modo semelhante, no grupo a favor do movimento antivacina foi observado o canal “Capixaba otário” com 52.114 visualizações, e quando retirado dos cálculos, a razão de visualizações/dia caiu de 16 para 10, não mostrando, no entanto, alterações na relação *like/dislike*, mostrando assim como um único vídeo postado pode ter influência para formar opinião, seja esta influência positiva ou negativa. Este fato não foi observado no grupo neutro.

Quando foram avaliadas as áreas de atuação profissional dos responsáveis pelas postagens dos vídeos, dentro dos grupos previamente categorizados (Figura 2), foi possível observar que dos 11 vídeos analisados no grupo a favor do movimento antivacina, um era de profissional da saúde, sendo um médico que se apresentava como inserido na medicina tradicional e alternativa, enquanto que os outros 10 vídeos eram de canais onde não havia especificação da formação ou área de atuação. Também não houve relato de opinião de outros profissionais da área da saúde em nenhum destes 10 vídeos.

Figura 25 – Área de formação dos responsáveis pelos vídeos nos grupos estudados na primeira análise



Fonte: Elaborado pelas autoras.

No grupo contra o movimento antivacina, dos 37 vídeos postados, 10 vídeos eram pertencentes a profissionais da saúde (médicos em sua grande maioria), em 11 vídeos não havia especificação da formação ou área de atuação do responsável e 16 eram

profissionais de outras áreas, sendo, neste último, 14 vídeos jornalísticos que mostravam opinião direta. Neste caso é interessante destacar o papel dos profissionais de saúde comprometidos em mostrar a opinião contra o movimento, tendo em vista o risco à saúde que representa a não imunização; e, também, dos vídeos jornalísticos que, em muitos casos, se mantêm neutros em reportagens que dividem a opinião pública, mas que nestes vídeos também colocaram claramente a opinião contra o movimento. Já no grupo neutro, dos 11 vídeos publicados, 10 eram jornalísticos mostrando reportagens com relatos de pessoas a favor e contra o movimento antivacina, sem opinar de forma direta, enquanto no outro vídeo a área de atuação do responsável não foi especificada. Não foram encontrados vídeos publicados por profissionais da saúde que se enquadrassem neste grupo.

Conforme a análise dos 59 vídeos selecionados, pudemos perceber um crescente aumento da quantidade de vídeos publicados com o passar dos anos, sendo o mais antigo postado no ano de 2013. O ano de 2017 foi o que apresentou um maior número de vídeos, somando um total de 33 vídeos, enquanto em 2018 (até maio) foram postados 10. Também foi possível observar que os vídeos contra o movimento cresceram em proporção maior que dos vídeos a favor (Figura 2).

Segunda etapa de análise dos vídeos do YouTube (23/08/2019)

No segundo levantamento, utilizando os mesmos parâmetros da primeira etapa foram identificados, novamente, 59 vídeos mais relevantes sobre o tema, com a permanência de 14 vídeos selecionados no primeiro levantamento, o que corresponde a 23%. A porcentagem de vídeos recentes sobre o tema (77%) evidencia que este assunto está sendo intensamente debatido na sociedade. Neste novo levantamento, os vídeos contra o movimento antivacinação somaram 44, o que representa 75% dos vídeos, número maior que a pesquisa anterior. Os vídeos neutros somaram 10, sendo que 7 deles já tinham sido selecionados na etapa anterior. Por último, foram 5 vídeos a favor do movimento, um número bem menor que encontrado na primeira etapa (Tabela 2).

Tabela 6 - Características dos vídeos dentro dos grupos analisados (A favor, Contra e Neutro) na segunda etapa da pesquisa, realizada em agosto de 2019

Grupos	N	%	Visualização	Dias no ar	Visualização/dia	Like	Dislike	Like/Dislike
A favor	5	8	5301	158	34	978	20	49
Contra	44	75	44503	289	154	7335	101	73
Neutro	10	17	11980	643	19	275	25	11

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Nesta segunda análise, portanto, verificou-se uma tendência para a produção de vídeos contra o movimento, com redução dos vídeos a favor, entre os mais relevantes. Observa-se, também, que aumentou a visualização por dia nos 3 grupos. Apesar da razão *like/deslike* ter se mantido maior no grupo contra, em relação aos outros, ela aumentou no grupo “A favor” e reduziu no grupo “Neutro” e “Contra”.

Em relação ao perfil profissional, no grupo “A favor” há somente um vídeo: “Urgente! Não tomem vacinas”, do Canal Variedades, cuja descrição refere-se à pessoa que fala no vídeo como “um médico conceituado”, contudo, não há o nome do profissional e nem sua especialidade médica. Neste vídeo, o suposto médico (um senhor aparentemente mais velho, próximo da meia-idade), que estava vestido de branco, embora sem avental, diz que a vacina pode ser um perigo e a relaciona com uma “Nova ordem mundial” que quer reduzir a população com um genocídio. Ele usa frases impactantes e termos populares e incorretos como “Vacinas são venenos que entram no corpo”, ou “Vírus do câncer” e ainda “Fungo do câncer”.

Ao pesquisar a fonte do vídeo, nota-se que se trata, na verdade, de uma postagem de um vídeo vinculado a um canal maior: Med Natural, com 484 mil inscritos. Neste canal, o vídeo teve mais de 1 milhão de visualizações, com 58 mil curtidas. Este mesmo canal tem como responsável o suposto médico referido no Canal Variedades. Entretanto ele não se define médico e em seus vídeos há apenas seu nome. Além do canal do YouTube mencionado, ele ainda possui outro canal com o seu nome, com mais de 124 mil inscritos, onde posta basicamente os mesmos vídeos e também tem um site, no qual se apresenta como terapeuta holístico e que se dedica a técnicas alternativas para a saúde.

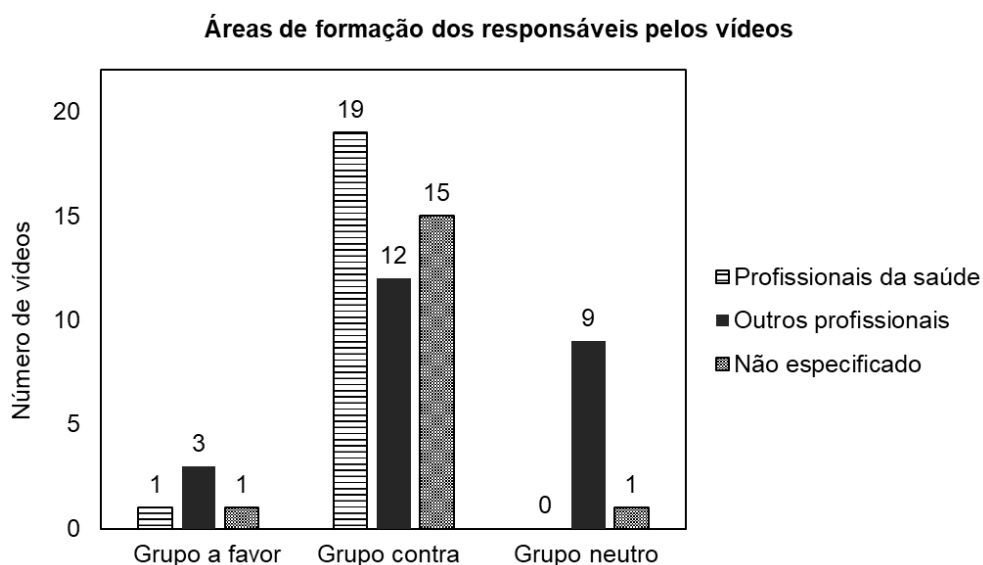
Entre os vídeos do grupo “Contra”, 19 apresentam profissionais da saúde, todos eles com os nomes e formação mencionados. O vídeo mais visualizado desta categoria: “Vacinas fazem mal? Nostalgia Ciência” não é apresentado por um profissional da saúde, mas por um *Youtuber* famoso entre os jovens, Felipe Castanhari, que produz vídeos descontraídos com assuntos diversos de interesse deste público. Seu canal possui a *playlist* “Nostalgia Ciência” que, além da vacina, aborda temas como a origem do universo e a extinção dos dinossauros. O *Youtuber* possui uma linguagem acessível a crianças e adolescentes e seus vídeos possuem animações divertidas que muito provavelmente os atraem. Nota-se que, embora seja um vídeo voltado para o entretenimento, há a preocupação de trazer conteúdo informativo de qualidade. Esta proposta parece eficiente para despertar o interesse dos jovens para questões de ciências e saúde, uma vez que este vídeo teve mais de um milhão de visualizações.

No grupo “Neutro”, como são canais, em sua maioria, que reproduzem reportagens, são apresentados por jornalistas ou outros profissionais que trazem notícias ou mostram opiniões diversas sobre o tema (Figura 3). Nesta categoria, o vídeo de maior impacto, de acordo com o número de visualizações por dia, é uma reportagem do programa televisivo Domingo Espetacular, transmitido pela Rede Record. Este vídeo tem caráter informativo com linguagem simples e de fácil compreensão e suscita a discussão sobre a possibilidade de não vacinar as crianças. Nesta reportagem, a jornalista menciona a obrigatoriedade de os pais vacinarem seus filhos de acordo com o calendário do Ministério da Saúde, segundo as leis brasileiras. Prosseguindo, o vídeo mostra uma mãe que vacina assiduamente seu filho e que considera a vacinação de extrema importância para a saúde do filho e uma outra mãe, a qual não quis se identificar, que decidiu não vacinar seus filhos e buscou outras alternativas, como a homeopatia.

O vídeo ainda mostra argumentos a favor da vacinação defendidos por médicos experientes e renomados, sendo um deles o vice-presidente da Sociedade Brasileira de Pediatria, Dr. Clóvis Francisco Constantino, o qual se apresenta vestido de terno e gravata, o que confere maior seriedade ao seu discurso. Para defender os argumentos contra a vacinação, entrevistaram uma ativista inglesa, Magda Taylor, e uma jornalista que teve alergia a várias vacinas e por isso não vacina seus filhos e é adepta de alternativas como a medicina chinesa, homeopatia e florais. Embora a reportagem apresente opiniões

diferentes acerca da vacina, há a tendência de mostrar a importância da vacinação. Esta característica é comum entre os vídeos do grupo neutro.

Figura 26 - Área de formação dos responsáveis pelos vídeos nos grupos: a favor, neutro e contra o movimento antivacina



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Neste segundo levantamento, a maioria dos vídeos mais relevantes foi recente, sendo 30 vídeos de 2019 e 19 vídeos de 2018 mostrando que é um tema que está em alta e sendo divulgado recentemente. Os vídeos que permaneceram como os mais relevantes (“Contra” e “Neutro”) e os vídeos recentes “A favor” do movimento mostram alguns pontos em comum entre eles em relação ao conteúdo e forma de abordagem (Quadro 1).

Quadro 1 - Similaridades encontradas entre os vídeos nos grupos Contra, Neutro e A favor do movimento antivacina e duração dos vídeos em cada grupo

	Descrição	Duração dos vídeos
Contra	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Explicação de um profissional na área de saúde ▪ Explica os benefícios das vacinas ▪ Aborda o histórico, consequências e malefícios deste movimento 	Máxima = 1:00:00 Mínima = 00:01:30 Média = 00:13:20
Neutro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introdução do tema geralmente feita por um jornalista ou apresentador ▪ Entrevista com especialistas que defendem a vacinação ▪ Mostram os motivos que levam pessoas a serem contra a vacinação 	Máxima = 00:25:19 Mínima = 00:00:40 Média = 00:15:03

<p>A favor</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usam argumentos sem base científica e “fake news” ▪ Baseiam-se em casos isolados para justificarem a sua posição. ▪ Falam sobre teorias conspiratórias como esterilização em massa e redução populacional para justificarem o movimento 	<p>Máxima = 00:17:34 Mínima = 00:02:04 Média = 00:09:49</p>
-----------------------	---	---

Fonte: Elaborado pelas autoras.

A duração média dos vídeos foi de 9 minutos e 49 segundos no grupo “A favor”; 15 minutos e 3 segundos no grupo “Neutro”; e 13 minutos e 20 segundos no grupo contra. Nota-se que há a tendência de os vídeos “A favor” serem mais curtos, o que facilita ter mais visualizações. Em todos os grupos, os vídeos de maior destaque não ultrapassaram 20 minutos.

De modo geral, os vídeos “A favor” são apresentados de maneira informal, sem muita elaboração e edição e tampouco trazem dados confiáveis organizados em gráficos ou tabelas. Nestes vídeos foram identificadas *fake news* por meio de características como a utilização de afirmações sensacionalistas como dizer que nas vacinas há agentes esterilizantes ou que a nova ordem mundial quer reduzir a população promovendo genocídio. Estes vídeos se utilizam de uma linguagem popular, como no vídeo com maior visualização por dia nesta categoria que é o “Antivacina na Conversa com Bial, porque a Globo quer que você se vacine? Movimento antivacina”, no qual há apenas a voz do apresentador e imagens de um episódio do programa televisivo mencionado. Neste vídeo o narrador menciona, sem citar nenhum estudo ou exemplo, o poder de cura de plantas medicinais, induzindo as pessoas a acreditarem que estas possam ser uma alternativa às vacinas.

Uma exceção dentro deste grupo é o vídeo “Não Vacine Seus Filhos!” do canal Elder vip, o qual é estruturado no formato de uma reportagem e apresenta casos de trombose venosa causada supostamente pela vacina HPV. O vídeo mostra a opinião de um médico neurocirurgião paramentado, cujo nome completo foi mostrado no vídeo e que acredita na relação da doença com a administração da vacina. Além disso, no vídeo menciona-se uma ação do Ministério Público Federal (MPF) que pede a proibição da vacina de HPV em todo o país devido aos seus efeitos adversos. É mostrado, também, o Procurador da República responsável por esta requisição, alegando que não há estudos no Brasil que comprovem a eficácia desta vacina, somente estudos realizados pelo

laboratório que a produz. Embora este vídeo apresente casos isolados de reações da vacina HPV e sem comprovação científica, a argumentação contra a vacina apresentada por profissionais, como médico e procurador, oferece maior credibilidade ao vídeo podendo, portanto, persuadir maior número de pessoas. Esta notícia foi, inclusive, divulgada em outras mídias sociais como WhatsApp e surgiu a partir do pedido do MPF para proibição da vacina de HPV em 2015, pedido este que foi negado em seguida pela Justiça Federal. Para combater estas e outras notícias falsas que circulam no WhatsApp o Ministério da Saúde criou o canal “Saúde sem Fake News”. Este trouxe este tema, informando que a proibição da vacina nunca ocorreu e que essa vacina é segura, eficaz, e possui registro na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e que como qualquer medicamento pode causar eventos adversos, embora estes sejam raros (Ministério da Saúde, 2018). Além disso, não há evidências na literatura científica que relacione esta vacina a graves efeitos adversos e a Organização Mundial da Saúde (OMS) reafirmou a sua segurança em um documento em 2017 (WHO, 2017).

Discussão

Os levantamentos realizados sobre o movimento antivacinação na plataforma do YouTube em dois momentos diferentes mostrou que este assunto suscita muitas discussões e desperta muito interesse nos usuários da plataforma, o que, de alguma forma, reflete a sociedade em geral. O YouTube é uma ferramenta estratégica para divulgação e alcance a conteúdo diverso por estar disponível gratuitamente e ser de fácil acesso. As análises feitas nesse trabalho mostram o número crescente de publicações de vídeos sobre o movimento antivacina nos últimos anos. Apesar de existirem outros sites de compartilhamento de vídeos, o YouTube é, atualmente, o mais difundido entre os usuários de internet, conseqüentemente, o mais influenciador. Sua criação foi no ano de 2005 e, desde então, tem possibilitado o acesso a vídeos e também permitido que os usuários se tornem “geradores de conteúdo” (REALE; MARTYNIUK, 2016). De acordo com as estatísticas do próprio site, o YouTube possui mais de um bilhão de usuários que, diariamente, assistem bilhões de horas de vídeos e compartilham cerca de 60 horas de conteúdo por minuto (YOUTUBE, 2018).

Nosso estudo constatou que a maioria das pessoas que publicaram vídeos no YouTube sobre esse assunto foi contra o movimento antivacina e este número tendeu para um aumento, como evidenciado na segunda etapa da pesquisa. Grande parte destes vídeos mostrou a preocupação de profissionais de saúde com a disseminação de notícias falsas sobre as vacinas e a volta de doenças que estavam controladas ou até mesmo erradicadas. Tendo em vista o grande número de vídeos postados na plataforma, é interessante também conhecer aqueles que permanecem como mais relevantes ao longo do tempo, que possuem potencial de influenciar mais pessoas e, neste sentido, foi possível identificar que 7 vídeos contra o movimento antivacinação, que apareceram na primeira etapa da pesquisa, continuaram entre os mais relevantes, mostrando que eles ainda têm forte influência nesta plataforma. Estes vídeos, de forma geral, explicam o que é a vacina e expõem as inúmeras doenças que já foram controladas por meio delas, enaltecendo sua importância para a saúde pública. Estes vídeos também falam sobre como o movimento surgiu e como ele vem se fortalecendo nos últimos anos, além de refutar os argumentos utilizados por pessoas contrárias à vacinação.

Nos vídeos neutros que permaneceram entre os mais relevantes, em sua maioria o apresentador ou mediador expõe as causas da existência do movimento antivacina, sua recente disseminação e os argumentos utilizados por pessoas adeptas e entrevistam especialistas da área de saúde para discutir estes aspectos. Todos estes profissionais são contra o movimento e explicam, utilizando evidências científicas, a importância da vacina na saúde pública. Em apenas um desses vídeos: “Domingo Espetacular conversa com pais que decidiram não vacinar os filhos”, o qual mantém uma média de acesso relativamente alta (109 visualizações por dia), há entrevistas com pais que optaram por não vacinar seus filhos. Estas pessoas preferiram ter sua identidade não revelada por medo de represálias. Elas argumentam que não acreditam no efeito preventivo da vacina e dizem ter receio de seus componentes e dos efeitos adversos. Também relatam que fazem uso de outras formas de prevenção como manter uma boa alimentação, o uso de florais e homeopatia.

Embora em menor número que os vídeos contra o movimento, as postagens de vídeos “A favor” também persistem no Youtube. Nestes é possível identificar diversas *fake news*, que, de acordo com Allcott e Gentzkow (2017), são notícias falsas intencionalmente veiculadas para enganar os leitores sob interesse financeiro ou

ideológico. No caso destes vídeos, a utilização de *fake news* possui caráter ideológico, a fim de convencer pessoas a aderirem o movimento. Além disso, esses vídeos trazem argumentos contendo desinformação, possuindo, então, uma taxa de visualização preocupante, como no caso do vídeo “Antivacina na conversa com Bial/ Por que a Globo quer que você se vacine?” que tem uma média de 681 visualizações por dia. Além das visualizações, a influência destes vídeos pode ser dimensionada pela grande quantidade de comentários escritos pelos espectadores, chegando ao número de 350 no vídeo “Meu corpo, minhas regras” e, ao analisar o conteúdo destes comentários, nota-se que a maioria das pessoas é convencida pelos argumentos apresentados nos vídeos e ainda acrescentam mais motivos para não se vacinarem.

Um fato intrigante foi do vídeo a favor que apareceu entre os mais relevantes, mas que, na verdade, é uma postagem de um outro canal maior, onde teve muito mais visualizações e curtidas, porém o YouTube não mostrou este dado na pesquisa realizada. O YouTube, com exceção de alguns conteúdos proibidos, não controla os vídeos publicados, tampouco sua veracidade e qualidade das informações. Entretanto, há outras ferramentas que ele pode utilizar para limitar os acessos a determinados vídeos. Em janeiro de 2019 o YouTube anunciou que iria desmonetizar vídeos contra a vacinação e, de acordo com uma resposta à BBC News Brasil, vídeos que digam diretamente “você não deve se vacinar” seriam retirados do ar. A empresa também informou que reduziria as recomendações de vídeos antivacina (GRAGNANI, 2019).

Estes resultados mostram que, apesar do esforço contínuo dos profissionais da área da saúde e da mídia no sentido de divulgarem informações corretas e mostrar os malefícios do movimento antivacina, há ainda muitos adeptos à antivacinação, isto é, que preferem evitar a imunização. Suas alegações são baseadas em motivos religiosos, filosóficos, como a utilização da expressão “o corpo é meu, a decisão é minha”, e também por medo dos efeitos adversos ou casos de morte que associam às vacinas, sem que haja comprovação científica confiável (FEIJÓ; SÁFADI, 2006; SARASOHN-KAHN, 2008; CDC, 2011; FOX, 2011; KATA, 2012; WANG, *et al.*, 2015; REALE; MARTYNIUK, 2016; GUIMARÃES, 2017; SIQUEIRA *et al.*, 2017; BBC NEWS, 2018).

As quedas na cobertura vacinal em todo o mundo, assim como o retorno de doenças consideradas erradicadas, têm sido atribuídas ao crescimento do movimento

antivacina. No Brasil, segundo o Datasus, em 2005, 11 dos 26 estados tinham cobertura vacinal acima de 90%. No entanto, em 2015 somente 5 estados mantiveram estes números. Além disso, a imunização contra sarampo, caxumba, rubéola e varicela, obtida pela vacina da tríplice e tetra viral, tiveram uma queda com o passar dos anos, apresentando uma cobertura vacinal de 100 a 120% entre os anos de 2003 e 2012, caindo para 60% após esse ano (dados do Datasus 2016) (FEIJÓ; SÁFADI, 2006; CDC, 2011; WANG, *et al.*, 2015; GUIMARÃES, 2017; SIQUEIRA *et al.*, 2017; BBC NEWS, 2018). Concomitante a isso, por coincidência (ou não), o sarampo, que era uma doença considerada como erradicada no Brasil desde 2016, mostrou-se novamente presente com o registro de 995 casos no país (sendo 611 no Amazonas e 384 em Roraima), segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS). Os casos estão sob investigação de possível importação da Venezuela, já que em abril deste ano a OMS notificou um possível surto neste país. Dentre esses casos, houve a confirmação de três mortes por essa doença (FEIJÓ; SÁFADI, 2006).

Também há um alto risco de retorno da poliomielite em pelo menos 312 cidades brasileiras. Esta doença foi a responsável por milhares de casos de paralisia infantil e também havia sido considerada como erradicada no continente desde 1994. Estas informações colocaram a OMS e o Ministério da Saúde em alerta, já que a erradicação só será possível com a vacinação em massa, mas esta pode ser ameaçada caso a cobertura vacinal sofra ainda mais quedas (FEIJÓ; SÁFADI, 2006; CDC, 2011; WANG, *et al.*, 2015; GUIMARÃES, 2017; SIQUEIRA *et al.*, 2017; BBC NEWS, 2018). Recentemente, os países do Mercosul fizeram um acordo para evitar a reintrodução de doenças já erradicadas na região das Américas, incluindo o sarampo, a poliomielite e a rubéola, sendo o Brasil, Argentina, Uruguai, Paraguai e Chile os países que se comprometeram a reforçar a implementação de ações de saúde nas suas fronteiras e a fornecer assistência aos imigrantes numa tentativa de manter baixa a transmissão das doenças (LABOISSIÈRE, 2018). A maioria dos profissionais de saúde relatou nos vídeos analisados suas opiniões como sendo contra o movimento antivacina, pois cientificamente compreendem a importância da utilização das vacinas como forma de prevenção de doenças.

Keelan et al. (2007) avaliou vídeos no YouTube usando as palavras-chaves “Vaccination and imunization” e em uma época diferente e em língua diferente do nosso estudo encontrou também mais vídeos que eram positivos em relação à vacinação (a sua segurança e benefícios). Dos 153 vídeos encontrados, 79 eram positivos, 43 negativos e 31 ambíguos. Observou também que os vídeos positivos estavam de acordo com a literatura científica sobre o tema enquanto os vídeos negativos contradiziam as evidências científicas e, por fim, destacou a importância dos profissionais de saúde estarem atentos aos vídeos compartilhados em mídias sociais e preparados para responder as dúvidas de pacientes que usam estas fontes para busca de informação, e até mesmo considerar o uso destes canais para comunicação em saúde.

Apesar da maioria dos vídeos encontrados em nosso estudo no YouTube serem contra o movimento antivacina, ainda assim, é importante comentar que 15,4% dos vídeos foram a favor e estes tiveram uma média de 7079 visualizações e 595 curtidas por vídeo, mostrando que uma parcela grande de seguidores está aderindo ou pelo menos se identificando com esta corrente de ideias. Este fato é preocupante, tendo em vista o perfil do movimento antivacina atual que é formado não somente por pessoas desinformadas ou com baixa escolaridade, mas também por pessoas com maior grau de instrução, mas que estão tendo acesso a informações sem evidências científicas, disponíveis na internet em fontes não confiáveis (FEIJÓ; SÁFADI, 2006). Por isso, se faz importante a divulgação científica por profissionais de saúde, cientistas e jornalistas que podem transmitir conteúdos confiáveis e esclarecer dúvidas acerca deste tema, como já presenciado nos vídeos disponíveis contra o movimento. Em tempos em que as pessoas têm acesso livre a grande quantidade de informação, sem que isso signifique qualidade, é importante estimular estudos que analisem conteúdos em saúde disponíveis na internet e também que se divulguem os resultados para alertar a população, já que informações incorretas e *fake news* nesta área podem colocar a saúde da população em risco.

Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in The 2016 Election. **J Econ Perspect**, v.31, n.2, p. 211–236, 2017.

ALMEIDA, M. I. S.; COELHO, R. L. F.; CAMILO-JUNIOR, C. G.; GODOY, R. M. F. Quem Lidera sua Opinião? Influência dos Formadores de Opinião Digitais no Engajamento. **Rev Adm Contemp**, v.22, n.1, p. 115-137, 2018.

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BBC News. Sarampo, pólio, difteria e rubéola voltam a ameaçar após erradicação no Brasil. 7 de julho de 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/noticia/sarampo-polio-difteria-e-rubeola-voltam-a-ameacar-apos-erradicacao-no-brasil.ghtml>>. Acesso em: 10 jul. 2018.

CDC (Centers for Disease Control and Prevention). **A CDC framework for preventing infectious diseases: Sustaining the Essentials and Innovating for the Future**. Georgia, 2011.

DOBSON, R. Media misled the public over the MMR vaccine, study says. **BMJ**, v. 326, n. 7399, p. 1107, 2003.

DYER, O. Wakefield tells GMC he was motivated by concern for autistic children. **BMJ**, v. 336, n. 7647, p. 737-743, 2008.

FEIJÓ, R. B.; SÁFADI, M. A. Immunizations: three centuries of success and ongoing challenges. **J Pediatr**, v. 82, n. 3, p. S1-S3, 2006.

FOX, S. **Health topics: 80% of internet users look for health information online**, Pew Internet & American Life Project. 1 de fevereiro de 2011. Disponível em: <<https://www.issuelab.org/resources/9648/9648.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

GRAGNANI, J. Rede antivacina no Brasil importa teorias da conspiração dos EUA e cresce com sistema de recomendação do YouTube. **BBC News Brasil**. 20 de junho de 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-48695113>>. Acesso em: 07 set. 2019.

GUIMARÃES, K. Vacinação em queda no Brasil preocupa autoridades por risco de surtos e epidemias de doenças fatais. **BBC Brasil**, 29 de agosto de 2017. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-41045273>>. Acesso em: 24 jun. 2018.

KARAFILLAKIS, E.; DINCA, I.; APFEL, F.; CECCONI, S.; WURZ, A.; TAKACS, J. Vaccine hesitancy among healthcare workers in Europe: a qualitative Study. **Vaccine**, v. 34, n.41, p. 5013-5020, 2016.

KATA, A. Anti-vaccine activists, Web 2.0, and the post-modern paradigm – An overview of tactics and tropes used online by the anti-vaccination movement. **Vaccine**, v. 30, p. 3778– 3789, 2012.

KEELAN, J.; GARCIA, V. P.; TOMLINSON, G.; WILSON, K. YouTube as a Source of Information on Immunization: A Content Analysis. **JAMA**, v. 298, n. 21, p. 2482-2484, 2007.

KUMAR, V.; GUPTA, S. Conceptualizing the evolution and future of advertising. **J Advert**, v. 45, n. 3, p. 302-317, 2016.

LABOISSIÈRE P. **Agência Brasil: Doenças erradicadas voltam a assustar – desafios da vacinação**. 3 de julho de 2018. Disponível em:

<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-07/doencas-erradicadas-voltam-assustar-veja-os-desafios-da-vacinacao>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

LEITE, L. R. T.; MATOS, J. C. M. Zumbificação da informação: A desinformação e o caos informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**. v. 13, n. esp CBBB, p. 2334-2349, 2017.

LYOTARD, J. F. **A condição pós-moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2004.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Saúde sem Fake News**. 28 de agosto de 2018. Disponível em: <<https://saude.gov.br/fakenews/44143-mpf-proibe-vacina-contrahpv-fake-news>>. Acesso em: 15 fev. 2020.

MIZUTA, A. H.; SUCCIA, G. M.; MONTALLIA, V. A. M.; SUCCIA, R. C. M. Perceptions on the importance of vaccination and vaccine refusal in a medical school. **Ver Paul Pediatr**, v. 37, n. 1, 2018.

MORETTI, F. A.; ELIAS DE OLIVEIRA, V. E.; DA SILVA, E. M. K. Acesso a informações de saúde na internet: Uma questão de saúde pública? **Rev Assoc Med Bras**, v.58, n. 6, p. 650–658, 2012.

OPAS BRASIL. **Casos de sarampo estão aumentando em todo o mundo devido a lacunas na cobertura vacinal, indica novo relatório da OMS**. 29 de novembro de 2018. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=5811:casos-de-sarampo-estao-aumentando-em-todo-o-mundo-devido-a-lacunas-na-cobertura-vacinal-indica-novo-relatorio-da-oms&Itemid=812>. Acesso em: 25 set. 2019.

REALE, M. V.; MARTYNIUK, V. L. Divulgação Científica no Youtube: a construção de sentido de pesquisadores nerds comunicando ciência. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39, 2016, São Paulo. **Anais...** São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0897-1.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2019.

SARASOHN-KAHN, J. **The wisdom of patients: health care meets online social media**. California Health care Foundation, 2008. Disponível em: <<https://www.issueab.org/resources/11675/11675.pdf>>. Acesso em: 1 jul. 2018.

SIQUEIRA, L. G.; MARTINS, A. M. E. B. L.; VERSIANI, C. M. C.; ALMEIDA, L. A. V.; OLIVEIRA, C. S.; NASCIMENTO, J. E.; ALECRIM, B. P. A.; BEZERRA, R. C. Assessment of the organization and operation of vaccine rooms in primary health care in Montes Claros, Minas Gerais, Brazil, 2015. **Epidemiol Serv Saúde**, v. 26, n. 3, p. 557-568, 2017.

VASCONCELLOS-SILVA, P. R.; CASTIEL, L. D.; GRIEP, R. H. A sociedade de risco midiaticizada, o movimento antivacinação e o risco do autismo. **Cienc Saúde Colet**, v. 20, n. 2, p. 607-616, 2015.

WANG, E.; BARAS, Y.; BUTTENHEIM, A. M. Everybody just wants to do what's best for their child: Understanding how pro-vaccine parents can support a culture of vaccine hesitancy. **Vaccine**, v. 33, p. 6703-6709, 2015.

WORLD HEALTH ORGANIZATION, WHO. Human papillomavirus vaccines: WHO position paper. **Weekly Epidemiological Record**, v. 92, n. 19, p. 241–268, 2017.

YOUTUBE. **Plataforma digital do Youtube**: Estatísticas para imprensa. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>>. Acesso em: 6 jul. 2018.

Autoras e Autores desta edição

Ariane Holzbach
Bianca Barros da Costa
Bruna Alves da Silva
Daiane de Jesus Viegas
Eliézer Cardoso de Oliveira
Gisela Castro
Henrique Mazetti
Inês Sampaio
João Freire Filho
Juliana Doretto
Karina Gomes Barbosa
Marcelo Andrade
Maria das Graças Coelho
Maria de Fátima Oliveira
Paula Alvarez Abreu
Paulo Fernando de Carvalho Lopes
Renata Othon
Robéria Nádia Araújo Nascimento
Roberto de Araújo Souza
Thaís Furtado
Thamyris Almeida Moreira
Thinayna Máximo
Valtyennya Campos Pires
Wagner Dornelles



ISSN: 2178-602X

Universidade Federal Fluminense

Revista do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano

Revista Mídia e Cotidiano, Niterói-RJ, v. 14, n. 1, jan/abr. 2020
