

O Imaginário Infantil e as Mídias: um estudo das representações de gênero em websites de entretenimento para crianças

Autora: Ana Carolina Dionísio

Orientadora: Profa. Gilka Girardello (Universidade Federal de Santa Catarina)

Resumo: A Internet faz parte de um conjunto de instâncias culturais que, funcionando como mecanismo de representação, afirma normatividades acerca do feminino e do masculino. Este artigo discute as representações de gênero presentes nos sites brasileiros mais populares entre as crianças, ressaltando como freqüentemente estes materiais reproduzem concepções tradicionais e estereotipadas sobre o que é ser homem ou mulher, menino ou menina.

Palavras-chave: Internet, criança, representações de gênero.

1. Introdução

A oferta de sites infantis e produtos para crianças na web tem aumentado consideravelmente. Este avanço do mercado não é acompanhado pela pesquisa acadêmica, apesar de o número de estudos relacionados à temática de Internet e Criança, tanto na área de Educação como na de Comunicação, estar aumentando. Os estudos voltados à relação da criança com a Internet tendem, contudo, a enfatizar o caráter pedagógico dos sites e o seu uso como ferramentas de ensino. São incipientes as pesquisas que abordam a relação de crianças brasileiras com a Internet na perspectiva de problematizar o contexto de sua recepção e de analisar as representações culturais presentes nos sites.

Tomando as mídias – e especificamente a Internet - como instância do processo social de (re)produção de conhecimentos e saberes, verifica-se a importância, por exemplo, do estudo de representações de gênero em websites infantis: estes são artefatos que, ao mesmo tempo em que se apropriam de concepções acerca do feminino e do masculino correntes na sociedade, também ajudam a construir e reforçar identidades sexuais através das formas como representam esse feminino e esse masculino (Sabat, 2001). Tanto Sabat (op. cit.) como Louro (1997), entre outras autoras, compreendem que não são as características sexuais em si, mas a forma

como elas são representadas, que determinam o que é feminino ou masculino em um dado contexto social e histórico.

Como sugere o título do artigo, trabalhamos com a categoria imaginário infantil, entendida como “dimensão coletiva da imaginação, ou como acervo do imaginado” (Girardello, 2003, 8). Essa categoria ajuda-nos a compreender os websites não só como artefatos voltados ao entretenimento infantil, mas também como parte do processo que “incorpora o vídeo e o computador à construção de nossas memórias e à imaginação de nossos futuros” (Martín-Barbero; Rey, 2001, 28). Cruzando esta concepção com a análise de gênero, é possível pensar a Internet no contexto da construção e da afirmação de identidades sexuais através de representações que intervêm na produção imaginária infantil.

A década de 70 no Brasil foi fértil em debates sobre representações culturais em produções dirigidas a crianças, inspirados por trabalhos nacionais e estrangeiros a respeito de livros didáticos (Eco & Bonazzi, 1972; Nosella, 1979), narrativas ficcionais (Rosemberg, 1975), histórias em quadrinhos (Dorfman & Mattelart, 1978) e teatro infantil (Pupo, 1991), entre outros temas. Em todos esses trabalhos há a discussão sobre a forma como os gêneros estão representados. Cabe, então, a pergunta: será que, passadas três décadas, as representações de gênero presentes em

Ana Carolina Dionísio

websites apresentam mudanças significativas em relação àqueles materiais?

Apesar de inseridos em diferentes perspectivas teóricas e metodológicas, aqueles estudos da década de 70 têm uma coisa em comum: eles não levavam em grande conta o contexto da produção e da recepção destes materiais. Esse quadro mudou com a grande influência da obra mais recente de teóricos como Stuart Hall, Jesús Martín-Barbero e Néstor García Canclini, ficando ressaltada a importância de se pensar a cultura quando se fala em estudos de comunicação. O “deslocamento” metodológico proposto principalmente por Martín-Barbero (1997) estimula o olhar sobre o processo de comunicação a partir da recepção, não mais dos meios ou dos emissores, criticando o modelo “emissor? mensagem? receptor” e utilizando o conceito de mediações: os “lugares” onde ocorre a interação entre produtores e receptores. Nesta ótica, “a comunicação se torna questão de mediações mais do que de meios, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas também de reconhecimentos” (Martín-Barbero, 1997, p. 10).

Exemplos de pesquisas inseridas nessa perspectiva, que compreende a recepção como uma prática de construção social e negociação de sentidos e não somente como absorção de mensagens, são os trabalhos de Tobin (2000) e Sabat (2002), ambos focados nas produções cinematográficas para crianças. No caso da Internet, entretanto, não temos conhecimento de pesquisas com esse tipo de preocupação crítica e ancoradas nas especificidades culturais de um grupo de crianças brasileiras. (Girardello, 2004)

2. Descrição da pesquisa

Considerando a tradição de pesquisa sobre representações culturais em produções voltadas à infância e a incipiência deste tipo de análise no âmbito da Internet, percebe-se a importância e a necessidade de leitura crítica de websites de entretenimento infantil, na perspectiva das representações culturais oferecidas. Além disso, “esta ênfase é justificada pela crescente literatura

nacional no campo dos estudos culturais em educação” (Girardello, 2004, 1) que tem problematizado a relação tensa existente entre a globalização da oferta de produtos simbólicos e a necessidade de afirmação identitária das culturas locais.

Ao contrário da busca dos conteúdos “subjacentes” aos textos, que predominava na pesquisa sobre os textos para crianças na década de 70, hoje não é possível realizar a análise de conteúdos midiáticos sem considerar os contextos de produção e recepção. Por isso, a pesquisa da qual este artigo é resultado foi precedida por uma etapa mais geral de estudos dos sites infantis, que levou em conta as marcas da produção inscritas através de sua linguagem, em categorias como: design & interação; aspectos visuais e verbais das linguagens & sua mútua relação (Dionísio, 2004). A pesquisa atual procurou realizar, entre agosto de 2004 e maio de 2005, uma complementação desta análise de linguagens, centrando-se nas representações culturais presentes em dez dos sites brasileiros de entretenimento para crianças mais acessados, incluindo um estudo das práticas culturais e consumo de mídia entre crianças de pré-escola e séries iniciais de escolas públicas de Florianópolis. Este artigo discute as representações ligadas a gênero que pudemos identificar nestes sites.

3. Metodologia

Para problematizar as questões de gênero em sites infantis, além da bibliografia citada sobre representações culturais em produções dirigidas a infância, foram consultados outros materiais acerca da relação Mídia-Infância e das pesquisas feitas nesta área. Um problema freqüente neste tipo de estudo, segundo Tobin (2000), é que se incorra no “paradigma dos efeitos da mídia”, pensando as crianças como criaturas indefesas e facilmente influenciáveis diante das mensagens que recebem.

Buckingham (1991) adverte para o problema inverso: o de cairmos na concepção romântica da criança sábia e liberada. Pois, assim, “estaríamos

O Imaginário Infantil e as Mídias: um estudo das representações de gênero em websites de entretenimento para crianças

continuando a falar da ‘criança’ enquanto uma categoria universal, em vez de falar sobre crianças específicas vivendo em contextos sociais e históricos específicos”(p. 228) A relação das crianças com a mídia, portanto, deve ser compreendida dentro do contexto sócio-cultural em que elas vivem. Buscamos estudos que tiveram a preocupação de conhecer esse contexto cultural das crianças, constatando que vários deles abordam questões de gênero: Seiter (1995), sobre desenhos animados para meninas; Tobin (2000), sobre filmes; Garzel (2004), sobre conteúdos jornalísticos e Cunningham (1995), sobre jogos de vídeo-game.

Depois do exame da bibliografia, passei à seleção dos sites para crianças mais acessados no Brasil. Já havia feito um mapeamento prévio em agosto de 2004, ainda com caráter experimental, baseando minha busca nos principais portais e provedores de Internet brasileiros: UOL (www.uol.com.br), Terra (www.terra.com.br), IG (www.ig.com.br) e Yahoo! Brasil (www.yahoo.com.br). Os resultados foram numerosos demais; além disso, no projeto havíamos proposto a definição dos sites a serem examinados com apoio das ferramentas de busca da Internet (Girardello, op. cit., p. 5). Tentei a busca, então, a partir das palavras-chave “sites para crianças”, “site para crianças”, “site infantil”, “site” e “criança”, no buscador Google (www.google.com.br), com a opção “páginas do Brasil” assinalada. Os resultados eram portais que encaminhavam a outros links, ou textos e notícias em que estas palavras apareciam.

Decidimos, então, mudar o tipo de busca, pensando na pergunta: como uma criança procuraria um site no Google? Usamos, então, as palavras “jogos”, “brincadeiras” e “desenho animado” para efetuar a busca. Desta vez os resultados foram um pouco mais específicos, pois direcionavam a um site, como o UOL Jogos, por exemplo. Questionei-me, entretanto, sobre se todos estes sites eram mesmo de interesse das crianças. Procurei, então, a sentença “sites infantis mais acessados”, pensando na possibilidade de encontrar alguma notícia sobre este assunto, mas não houve retorno.

Diante dessa pouca consistência dos resultados alcançados até então, resolvi contactar instituições envolvidas com a elaboração de sites, associações de webmasters e profissionais de Internet. Todos afirmaram não ter dados sobre os sites infantis mais acessados. Após muitas outras consultas, tentei, então, acessar os dados do IBOPE/NetRatings, um serviço de mapeamento da visitação de sites no Brasil. O site disponibiliza um relatório sobre o perfil do internauta brasileiro, que inclui informações sobre os principais sites acessados por várias faixas etárias, mas ao custo de R\$ 6.745,20. Fiz um contato telefônico com a equipe do site, para saber a possibilidade de acessar os dados gratuitamente para a realização de um trabalho acadêmico, mas a possibilidade foi negada. Voltei, então, ao primeiro procedimento que havia utilizado para selecionar os sites: entrei no link “crianças” dos principais provedores de acesso. Os sites que apareceram mais vezes nas seções “links” destes provedores ou que faziam parte de um mesmo grupo – como Disney, Disney Explora, Conexão Disney – foram escolhidos.

Durante o processo de exploração dos sites, foi possível identificar vários modelos representativos de gênero que já haviam aparecido na bibliografia consultada: A família de classe média, A mulher bonita. No entanto, para fundamentar mais objetivamente a análise, foi feito um levantamento quantitativo desses modelos, cruzando-os com aqueles mencionados na bibliografia consultada.

Após esta análise preliminar, promovemos sessões em que as crianças pré-escolares e de séries iniciais de escolas públicas de Florianópolis exploravam os sites e participavam de grupos de discussão a respeito deles. Participaram destas sessões quatro crianças de pré-escola, quatro de primeira série e três de segunda série. Durante esses encontros confirmamos o quanto as crianças não incorporam passivamente todas as representações e modelos normativos mostrados a elas, atuando num processo de ressignificação e construção de sentidos acerca deles. Exemplificando, podemos citar a configuração de cores dos sites: como

Ana Carolina Dionísio

mostramos na Análise dos Resultados, a associação do cor-de-rosa ao feminino continua resente em alguns sites. As crianças, contudo, não fizeram essa relação durante as discussões. Quando perguntadas “Vocês acham que esse site é para menino, para menina ou para os dois?”, nenhuma delas apontou o cor-de-rosa como um aspecto característico de um site “de menina”.

4. Análise dos Resultados

No caso de softwares dirigidos a crianças, as representações de gênero podem nos dizer mais sobre os autores dos materiais do que sobre diferenças reais entre os sexos (Gilmour, 1999). É freqüente, nestes materiais e também nas pesquisas feitas sobre eles, a caracterização da “menina” como sendo apenas o oposto do “menino”, representação que, por sua vez, chega muitas vezes a ser uma caricatura. Incorre-se, então, em uma lógica binária de caracterização dos sexos, representados como pares opostos. Exemplos da forma como esta lógica é materializada na construção dos sites são os adjetivos usados para caracterizar as personagens que encontramos nos sites pesquisados.

Site Adjetivos atribuídos a personagens femininas Adjetivos atribuídos a personagens masculinas

Combo Rangers
(www.comborangers.com.br)

Site de jogos e quadrinhos. (Acesso em 07/03/2005).

- ? “Estudiosa”
- ? “Humilde”
- ? “Apaixonada”
- ? “Chorona”
- ? “Dramática”
- ? “Alegre”

- ? “Descontraída”
- ? “Ciumenta”
- ? “Tira de seu grande amor a força para lutar” ? “Burrinho”
- ? “Destemido”
- ? “Coragem e espírito de liderança inquestionáveis”
- ? “Não gosta muito de estudar”
- ? “Desleixado”

A caracterização do feminino gira em torno de um “ethos de telenovela” (Seiter, 1995, p. 184). Desenhos da década de 80 dirigidos a meninas, como Meu Pequeno Poney e Ursinhos Carinhosos, já “tomavam de empréstimo” de folhetins femininos e das telenovelas os elementos para a construção das personagens. As heroínas infantis continuavam, então, sendo valorizadas quando esforçadas, modestas, capazes de vencer o “mal” por meio dos sentimentos – não por meio de armas ou inovações tecnológicas – e de perdoar o próximo: “todas as heroínas infantis (...) possuem o bom senso dos terapeutas e a bravura dos santos. (...) As meninas estão sempre do lado dos anjos” (idem, p. 179-180).

A análise das representações de gênero precisa obrigatoriamente passar pelas imagens, pois, como afirma Kellner (1995) “são precisamente as imagens que são os veículos dos significados e mensagens simbólicos” (p. 121). A primeira página do site AOL Kids representa imagetivamente uma nítida oposição “FEMININO X MASCULINO” (fig. 1). Ao lado direito, a porta do “quarto das meninas”: relativamente arrumado, “fornado” de cor-de-rosa, das paredes aos móveis (fig. 2). Flores e borboletas acompanham o movimento do cursor. No chão há revistas supostamente interessantes para meninas: falam de namoros e “fofocas”. Ao lado delas, um aviso: “Cuidado! Meninos!” (Fig. 3).

O Imaginário Infantil e as Mídias: um estudo das representações de gênero em websites de entretenimento para crianças

Fig. 1

Fig 2

Fig. 3

A tradicional associação do cor-de-rosa ao feminino também está presente em outros sites, como Barbie (www.barbie.com.br) e Iguinho (www.iguinho.com.br). Em um estudo sobre o desenho animado Meu Pequeno Poney, Seiter afirma que “a paleta de cores é baseada na exclusão do marrom e do preto (cores de animais de verdade) e do vermelho, azul ou verde (cores de brinquedos ou roupas de meninos)”(op. cit, p. 173). Novamente, a menina é pensada nos termos de um “não-menino”.

O link indicado pela palavra “Cuidado!”, no “Quarto das meninas” do AOL Kids, leva a uma outra página, o “Quarto dos meninos”, onde imperam a bagunça e a desorganização (fig. 4). Skate, bola de basquete e caixa de som são alguns dos materiais espalhados pelo ambiente. A mesma associação do menino com a desorganização e a agressividade é encontrada no site Zuzubalândia (www.zuzubalandia.com.br), especialmente na representação do quarto de uma das personagens, o “Brigadeiro”: sobre uma mesa há uma prova de Matemática, com a nota visível: 2,0. Na parede, um pôster lembra o ator Bruce Lee (fig. 5). Outro exemplo deste tipo de representação é o site Canal Kids (www.canalkids.com.br), em que um dos jogos, chamado “Bomba Relógio”, mostra frases para o usuário completar com letras. Uma dessas frases diz: “De todos os animais, os meninos são os mais difíceis de se domar” (fig. 6). Fig. 6

Fig. 4

Fig. 5

Apresentadas como opostas ao feminino, as personagens masculinas nesses websites infantis, assim como em outros produtos culturais para crianças, são, portanto, freqüentemente associadas à ação, à agressividade e à negação do trabalho. É interessante perceber que muitas vezes as crianças tanto naturalizam tais representações como entendem que tais associações são estereótipos, não a realidade. Em uma pesquisa sobre jornalismo para crianças, Garzel (2004) entrevistou meninos e meninas sobre suas preferências quanto a conteúdos noticiosos. No seguinte diálogo, transcrito de uma das entrevistas, podemos perceber essa dinâmica de naturalização/contestação de estereótipos:

“Garzel: Naquela outra pergunta sobre se vocês pudessem escolher o que que ia ter no jornal de notícias, assim, um monte, a maioria dos meninos assim falou que queria notícias de violências e de tráfico de drogas... aí eu fiquei na dúvida, porque quase nenhuma menina escreveu isso. Por que que tu acha que os meninos escreveram isso?

Menino 3: Porque eles gostam de violência, né? A maioria.

Menino 4: Eu não gosto!

Menino 2: Eles são mais bruscos, né? Eles são mais brutos! O Marcos, né?

Menino 4: Não, não vamos citar nomes...

Menino 1: Mas daí é porque decerto também eles acham assim, sabe? Mais interessante chegar e dizer assim, “olha só eu mando no pedaço, daí, beleza? Sou mais forte do que tu”. Eu não faço assim.

Menino 4: Nem eu!

Garzel: E tu acha que é real que eles se interessam por isso, ou eles só querem fazer essa pose de machão?

Menino 1: É mais essa pose de machão mesmo assim.

Ana Carolina Dionísio

Menino 4: Que manda no pedaço... se acha mais forte.”

Artur: Tem.

Essa mesma tensão entre naturalização e contestação de estereótipos esteve presente em alguns momentos das discussões que realizamos com crianças de séries iniciais sobre os sites selecionados. O seguinte diálogo foi transcrito de uma dessas sessões, feita com 4 crianças de primeira série:

Ana Carolina: O que os homens, meninos, meninas e mulheres desse site fazem?

Paulo : Eles tão no ônibus da escola e tinha um lá atrás enchendo o saco.

Ana Carolina: Quem tava enchendo o saco?

Paulo: O Pitiburro.

Gilka: E o Pitiburro é um cachorro menino ou menina?

Paulo e Carla: É macho.

Ana Carolina: Por que ele parece ser macho?

Artur: Ah, dá pra perceber.

Ana Carolina: Como?

Carla: Porque ele só fica fazendo bobeira, e ele não fica bem comportado como as meninas.

Gilka: E vocês conhecem meninos que nem o Pitiburro?

Carla: Eu conheço! Dois da minha sala.

(...)

Ana Carolina: E vocês acham que todos os meninos são desse jeito?

Carla: Não.

Gilka: E tem meninas que são assim?

Também em outras narrativas dos sites examinados, como os cartões virtuais, estão representadas concepções acerca do feminino e do masculino que podem ser problematizadas com base nos estudos de gênero. As figuras seguintes mostram alguns destes cartões, disponíveis no site da Turma da Mônica (www.monica.com.br), onde as personagens femininas são representadas como buscando desesperadamente um companheiro.

Outra representação recorrente nestes cartões é a restrição da mulher ao espaço doméstico. Isto ocorre principalmente nas representações de mulheres mais velhas, que somente aparecem no papel de avós, nunca realizando outras atividades ou em outros papéis. A própria representação da avó é bastante estereotipada, em nada se diferenciando da imagem da avó típica de muitas décadas atrás.

Em um estudo sobre programas televisivos infantis, Signorelli (1993) constatou que é comum a representação da mulher em contextos românticos, domésticos ou familiares. Além disso, as personagens femininas têm maior tendência a serem apresentadas como vítimas. A autora também apresenta uma relação entre “assistir televisão e concepções mais estereotipadas sobre gênero. (...) Katz e Coulter (1986) identificaram mais estereótipos de gênero entre crianças que viam muita televisão do que entre as que passavam bastante tempo lendo” (p. 235).

O site da boneca Barbie (www.barbie.com.br), também apresenta as personagens femininas associadas ao contexto doméstico, matrimonial ou maternal. Um dos links, Cuidados e Diversão, apresenta três atividades: Recordações da Happy Family, Vamos cuidar do bebê e Dança dos bichos. Em

O Imaginário Infantil e as Mídias: um estudo das representações de gênero em websites de entretenimento para crianças

Recordações, uma pequena animação é apresentada, e a usuária pode escolher cenários e cores de fundo. O primeiro “capítulo” da animação representa um casamento, onde o noivo diz: “Você está uma linda noiva!”. A próxima imagem mostra o “papai Alan e seu filhinho Ryan” se divertindo em um piquenique no parque. Enquanto isso, a “mamãe Midge”, grávida, está no médico. O próximo quadro mostra um quarto de bebê, para que a usuária escolha objetos e cores para decorá-lo. A animação termina com a Happy Family reunida.

A outra atividade, Vamos Cuidar do bebê, mostra um bebê louro e de faces rosadas, esperando que a usuária o alimente e troque suas fraldas. Ao final do jogo, se passar por todas as fases, a usuária recebe elogios (Fig. 8):

Fig. 8

A “princesa” é outra imagem feminina freqüente nos websites infantis examinados. Dos dez sites analisados, quatro traziam personagens princesas: Barbie, Zuzubalândia, Disney e Combo Rangers. No site da boneca Barbie, a princesa representa uma figura passiva, esperando pelo príncipe que virá salvá-la e carregá-la para o altar. Ou então a princesa aparece sempre se arrumando para alguma festa, onde o príncipe a estará esperando. (fig. 9). Além disso, as princesas dos sites são freqüentemente designadas por seus atributos físicos; “linda” é um adjetivo comumente utilizado para caracterizá-las.

A princesa é, então, a antítese da bruxa, personagem que foge à normatividade das narrativas, principalmente no que diz respeito a gênero. Contraopondo-se à princesa jovem, bela, bondosa e romântica, a bruxa representa o “sujeito abjeto que está fora dos padrões hegemônicos,(...) que está na zona da anormalidade, da abjeção reunindo qualidades que não devem ser desejadas pelas crianças” (Sabat, 2002, p. 238).

Fig. 9

No site Zuzubalândia, a criança pode acessar livros animados e, em um deles, é apresentada uma bruxa sendo transformada em princesa, sendo que esta metamorfose é uma punição para a bruxa (Fig. 11). A princesa, novamente, traz adjetivos ligados apenas aos seus aspectos físicos: “linda”, com “pele de pêssego e lábios de mel” (Fig. 12).

Fig. 11

Fig. 12

5. Conclusões

Fazendo uma comparação da análise dos sites feita hoje e os estudos de produtos culturais para crianças realizados durante a década de 70, é possível perceber mudanças e permanências. Determinadas concepções acerca do feminino e do masculino, como o confinamento da mulher ao espaço doméstico e matrimonial e a associação menino-agilidade-força já não são tão explícitas, apesar de ainda serem encontradas. Persiste também a imagem da princesa como modelo de beleza, junto com o “ethos da telenovela” em que estão inseridas outras personagens femininas, freqüentemente caracterizadas como belas e virtuosas. Além disso, os produtores de alguns dos sites mais acessados pelas crianças brasileiras continuam trabalhando dentro de uma lógica binária, que opõe um modelo de menino – bagunceiro e ativo - a um modelo de menina – freqüentemente imersa em um mar cor-de-rosa.

Nosso trabalho reafirma a importância da discussão sobre a participação das crianças, de algum modo, na construção dos materiais dirigidos a elas: sem participar do processo criativo, sem ter suas práticas culturais conhecidas, as crianças não têm voz na construção dos sites comerciais destinados a elas. No que diz respeito a questões de gênero, podemos questionar se as crianças realmente desejam aquelas imagens de meninos e meninas, de homens e mulheres. Apesar de a importância de trazer o usuário para o processo de design de software ser amplamente reconhecida ,

Ana Carolina Dionísio

pois provê subsídios e feedback aos designers, aprimorando a qualidade do sistema resultante (Melo, 2003, p. 29), esse envolvimento parece não ocorrer da mesma maneira quando o usuário é uma criança. No máximo, as crianças participam da fase de testes dos novos produtos, geralmente no cenário escolar. Nosso estudo nos leva a concordar com Melo, para quem “ainda são necessários muitos esforços no sentido de oferecer ambientes na Internet que atendam às especificidades das crianças e façam sentido para elas”(Idem, p. 5).

Outra questão cuja importância a pesquisa nos faz perceber com mais clareza é a do endereçamento: que tipo de pessoa é o usuário que o autor do site busca atingir? A partir da análise dos sites infantis e da leitura sobre representações culturais em outras produções dirigidas a crianças, podemos sugerir que diversos materiais são produzidos com base em “retratos imprecisos” e generalizantes. Conversando sobre o site Barbie (caracterizado como de “Atividades e jogos para Garotas On Line!” com crianças de primeira série, constatamos na prática como a questão do endereçamento precisa ser discutida e problematizada. A partir da pergunta “Vocês acham que esse site é pra menino, pra menina ou para os dois?”, tivemos o seguinte diálogo:

Gilka: E o site da Barbie?

Maria: É pra menina.

Artur: É para os dois.

Ana Carolina: Por que será que o Artur acha que o site da Barbie é de menino e de menina e a Maria acha que é só de menina?

Maria: Porque tem mais menina do que menino.

Ana Carolina: Tem mais alguma coisa no site que faz ele ficar com cara de site de menina?

Maria: Não.

Artur: Pra mim é porque não faz mal se o menino estiver brincando com uma coisa de menina.

Gilka: Tu gostarias de brincar no site da Barbie, Artur?

Artur: De vez em quando sim. Só quando não tiver ninguém olhando.

Gilka: Por que não poder ter ninguém olhando?

Artur: Ah, porque senão todo mundo vai me chamar de bicha.

Sem conhecer as crianças reais, suas práticas culturais, seus contextos sociais, os autores de materiais infantis contribuem para a naturalização de estereótipos. Ao mesmo tempo em que um modelo de usuário é criado, quando os produtores pensam a quem endereçam o site, os modelos normativos também influenciam a construção das identidades de gênero desses usuários. A relação entre as crianças e os sites não pode ser concebida, portanto, numa lógica linear, mas circular. Como lembra Canclini (1983), as etapas de produção e recepção devem ser consideradas como momentos de negociação e construção de sentidos.

Mas nem todos os sites analisados traziam apenas estereótipos sobre o feminino e o masculino. Encontramos também alguns exemplos de concepções de gênero bem mais relativizadas e complexas. Um exemplo é a música-tema do personagem Micróbio, escrita por Danilo Moraes, disponível no site Ilha Rá-Tim-Bum (www.ilharatimum.com.br): “Nem toda criança gosta de bola / Nem todo menino brinca de carrinho / Nem toda criança odeia ir à escola/ Com uma maquininha não se brinca sozinho”. Vemos aí a representação de um menino que foge à masculinidade normativa presente em outros sites. Ela mostra que há caminhos possíveis de construção de materiais infantis que estejam na contracorrente de estereótipos do que é ser menino, do que é ser menina.

6. Referências Bibliográficas

O Imaginário Infantil e as Mídias: um estudo das representações de gênero em websites de entretenimento para crianças

- ALLOWAY, N. & GILBERT, P. Video game culture: playing with masculinity, violence and pleasure, in HOWARD, Sue. *Wired-Up: Young people and the electronic media*. London: University College London Press, 1998.
- BAZALGETTE, C.; BUCKINGHAM, D. The invisible audience, in _____. In *Front of Children: Screen entertainment and Young Audiences*. London: British Film Institute, 1995.
- CANCLINI, N. *As Culturas Populares no Capitalismo*. SP: Brasiliense, 1983.
- CUNNINGHAM, H. Moral Kombat and computer game girls, in BAZALGETTE; BUCKINGHAM, op. cit.
- DIONÍSIO, A. O Imaginário Infantil e as Mídias: análise crítica de websites no contexto da recepção de crianças pré-escolares em um espaço multimídia. Relatório de pesquisa PIBIC/CNPq – UFSC, 2004.
- ECO, U.; BONAZZI, M. *Mentiras que parecem Verdades*. São Paulo: Summus, 1980.
- GARZEL, C. *Jornalismo para Crianças: um estudo sobre práticas culturais e consumo de mídia junto a crianças de 10 e 11 anos em Florianópolis*. Trabalho de Conclusão de Curso, Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2004.
- GILMOUR, H. Female Computer Play, in KINDER, M. *Kids' Media Culture*. London: Duke University Press, 1999.
- GIRARDELLO, G. A Quem se Endereça a TV? O Caso Do Público Infantil. Disponível em www.tvebrasil.com.br/salto/boletins2003/dte/tetxt4.htm
- GIRARDELLO, G. O Imaginário Infantil e as Mídias: representações culturais em websites de entretenimento para crianças. Projeto de pesquisa PIBIC/CNPq – UFSC, 2004.
- HALL, S. *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- KELLNER, D. Lendo Imagens Criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna, in SILVA, T. (org). *Alienígenas na sala de aula: Uma introdução aos estudos culturais em educação*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- LOURO, G. *Gênero, Sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los Medios a las Mediaciones: comunicacion, cultura y hegemonia*. Mexico, DF: G. Gili, 1997.
- MARTÍN-BARBERO, J. & REY, G. *Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001.
- MARTINS, M. *Criança e Mídia: "Diversamente" em ação em contextos educacionais*. Tese de Doutorado. Unicamp, 2003
- MATTELART, A.; DORFMAN, A. *Para ler o Pato Donald: comunicação de massa e colonialismo*. 2ª edição. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- MELO, A. *Uma Abordagem Semiótica para o Design de Portais Infantis com a Participação da Criança*, dissertação de mestrado, IC-Unicamp, 2003.
- NOSELLA, M. *As Belas Mentiras: a ideologia subjacente aos textos didáticos*. São Paulo: Cortez & Moras, 1979.
- PUPO, M. *No Reino da Desigualdade: teatro infantil em São Paulo nos anos setenta*. São Paulo: Perspectiva: FAPESP, 1991.
- ROSEMBERG, F. *Literatura Infantil e Ideologia*. São Paulo: Global, 1975.
- SABAT, R. Filmes infantis como máquinas de ensinar, in: 25A. *Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação*. Caxambu: Editora Vieira, 2002.

Ana Carolina Dionísio

SABAT, R. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade, in Revista de Estudos Feministas, vol 9., nº 1. Florianópolis: UFSC, 2001.

SEITER, E. Toy-Based Video for girls: 'My Little Pony', in BAZALGETTE; BUCKINGHAM, op. cit.

SIGNORIELLI, N. Television, the portrayal of women and children's attitudes, in ASAMEN, J.; BERRY, G. Children & Television: images in a changing sociocultural world. Newbury Park: Sage Publications, 1993.

TOBIN, J. "Good Guys Don't Wear Hats": children's talk about the media. Teachers College, Columbia University, 2000.