

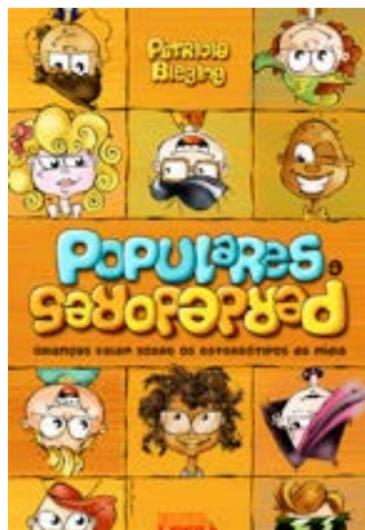
Crianças e Estereótipos

Raul Inácio BUSARELLO¹

O livro *Populares e Perdedores: crianças falam sobre os estereótipos da mídia* é resultado de uma pesquisa de cerca de dois anos realizada pela Mestre em Educação e Comunicação Patricia Biegging. A obra tem como objetivo entender o que as crianças pensam e falam sobre os enredos das mídias, especialmente, sobre seu posicionamento quanto às categorias estereotipadas oferecidas pela indústria cultural. Para isso a autora realizou um estudo de recepção com 25 crianças em idade de 9 a 12 anos, meninos e meninas, moradores da região da Grande Florianópolis, SC, inseridos em diferentes contextos culturais e sociais, estudantes de escola particular convencional, de pedagogia Waldorf, de escola pública estadual e de escola pública municipal.

Como parte do estudo de campo, as crianças foram apresentadas a dois textos midiáticos: o episódio *Money for nothing, guilt for free*, de Hannah Montana, e o desenho animado *Zica e os Camaleões*: sempre as segundas, ganhador do prêmio de melhor animação na 9ª Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis, em 2010. Para a pesquisadora os dois audiovisuais possuem enredos semelhantes, enfatizando a questão da divisão dos grupos e da presença de certa hierarquia entre as crianças no espaço escolar. A partir da análise buscou-se entender o que as crianças pensavam e falavam sobre os enredos das mídias, especialmente, sobre o que sentiam sobre as categorias estereotipa-

1. Raul Inácio Busarello é Publicitário, Doutorando e Mestre em Engenharia e Gestão do Conhecimento, área de concentração Mídia e Conhecimento, e especialista em Design Gráfico e Estratégia Corporativa. Desenvolveu objeto de aprendizagem on-line para estudantes surdos, com base na linguagem de histórias em quadrinhos hiperídia. É docente do ensino superior, e autor de obras acadêmicas ligadas à: novas mídias, transídia, linguagem sequencial, acessibilidade e subjetividade. raulbusarello@gmail.com



das oferecidas pela indústria cultural.

O que mais chama a atenção na pesquisa é a criação de uma metodologia criativa e inovadora quanto à abordagem do público pesquisado. Com a intenção de não ser percebida como uma figura de autoridade, exercendo assim poder de influência sobre as crianças, fazendo com que estas lhe dessem “respostas adultas”, a autora assumiu o desafio de realizar a pesquisa fora do espaço escolar e, de certa forma, se inserindo como “igual” ao grupo de voluntários. Os espaços das pesquisas são alternativos e com a escolha compartilhada pelos voluntários da pesquisa. Para a formação dos grupos, a pesquisadora cunhou o termo criança-chave, onde, a partir do convite feito a uma criança específica, esta fica responsável por formar um grupo, convidando seus amigos e conhecidos. Essa metodologia parece permitir maior responsabilidade e liberdade aos participantes da pesquisa. Entretanto o mais importante é poder verificar as práticas e discussões dos voluntários, uma vez que os mesmos estão mais confortáveis por fazerem parte do mesmo grupo social.

A pesquisa traz como base teórica a linha dos Estudos Culturais, percebendo a televisão como um importante meio de informação no cotidiano da família. A criança, neste contexto, é encara como receptora ativa e pensante acerca dos conteúdos midiáticos e também como produtora de novos conteúdos, dos quais geram novos significados.

No primeiro capítulo é apresentado o embasamento teórico da pesquisa, a partir de teorias relacionadas à cultura da mídia, à questão da subjetividade e dos jogos de enredos dos meios de comuni-

cação. Aponta também uma vasta revisão acerca dos estudos de recepção com crianças no Brasil e no Exterior, discutindo evidências dispostas a partir da relação das crianças com os artefatos midiáticos. Por fim, destaca-se como a televisão atua no âmbito familiar e no cotidiano das pessoas, especialmente, na educação informal oferecida pelos meios de comunicação.

O segundo capítulo enfatiza como o discurso midiático, principalmente o televisivo, atua sobre os indivíduos. Além disso, são abordadas, questões sobre os estereótipos presentes nas mídias e como estes atuam como precursores de modelos de vida, regulação e conduta. De forma geral, este capítulo traz uma reflexão de como os enredos ficcionais sugerem aos indivíduos modos de ser.

No terceiro capítulo são apresentadas as estratégias e questões metodológicas para a pesquisa de campo e demais ferramentas de apoio a pesquisa. Evidenciam-se as aspirações na formação dos grupos e nas escolhas dos espaços para a pesquisa. Além disso, apresentam-se argumentos para a escolha dos objetos midiáticos que foram utilizados na pesquisa.

O quarto capítulo apresenta o material obtido a partir dos grupos de discussão com as crianças. Não é a toa que o capítulo é batizado como *A Voz das Crianças*, pois é isso mesmo que a autora deixa transparecer, servindo apenas como um meio para que os voluntários possam se expressar sobre o tema. São apresentadas reflexões sobre como as categorias midiáticas se apresentam no cotidiano das crianças, chegando a ser apontados dados sobre a violência no espaço escolar, e como este fator está relacionado com as categorias estereotipadas das mídias. Apesar da pesquisa não focar sobre a temática da violência, questões sobre bullying surgiram espontaneamente na fala das crianças.

Nesse aspecto a pesquisadora apresenta uma grande maturidade e senso de responsabilidade e seriedade com a prática de pesquisa acadêmica, além de coragem, por trazer a tona, dentro de um estudo específico, um fator marcante, como o papel da violência presente no espaço escolar. Fator este, que não havia sido preponderado nas hipóteses iniciais. Nesse

sentido, desenvolvido percebe-se um trabalho desenvolvido com maestria, partindo da determinação de categorias estereotipadas apresentadas pelas mídias adentrando questões da violência presente no espaço escolar.

De forma geral a pesquisa aponta que as formas de ser, de estar, as atitudes e habilidades no espaço de convívio social com seus pares são os fatores preponderantes para a divisão entre as categorias de populares e perdedores entre as crianças. Outro ponto a salientar é que a própria condição social e acesso a novas tecnologias e demais produtos, por parte dos indivíduos, são fatores que determinam certo destaque de crianças em relação a outras. Esses fatores contribuem para que o grupo social veja o popular como diferente, e por isso lhe conferem certo grau de aceitação. Por outro lado, características opostas ao popular, como a falta de habilidade social, timidez e inabilidade com os esportes, classificavam as crianças como perdedoras. Nesse embase a violência é o que media a relação entre aquele que detém o poder, o popular, e aquele que por qualquer razão é subjugado, o perdedor.

A autora do livro, Patricia Biegging, é Publicitária, Doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, Mestre em Educação, pela linha Educação e Comunicação da Universidade Federal de Santa Catarina, especialista em Propaganda e Marketing. Seus estudos e publicações abordam temas ligados a: televisão, transídia, identidade cultural, estereótipo, subjetividade, práticas culturais e de consumo. Além disso, é professora do ensino superior, avaliadora Ad Hoc da Revista Intexto da Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e da Revista Vozes e Diálogo da Universidade do Vale do Itajaí. Faz parte do Comitê Editorial Científico da Editora Pimenta Cultural. É também pesquisadora assistente no Núcleo de Pesquisa Infância, Comunicação e Arte, do CNPq.

BIEGING, Patricia. *Populares e Perdedores: crianças falam sobre os estereótipos da mídia*. Blumenau: Nova Letra, 2011. 164 p. 2011. 163 p.