

AS CULTURAS DE INFÂNCIA E PRODUÇÃO DE SENTIDOS: UM ESTUDO DE RECEPÇÃO MIDIÁTICA COM CRIANÇAS*

WALKIRIA SOUSA SILVA

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, Santa Catarina, Brasil

JOSÉ MARCELO FREITAS DE LUNA

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, Santa Catarina, Brasil

RESUMO: Com o objetivo de compreender as relações entre imaginário infantil e recepção televisiva, este estudo discute as interações entre as culturas de infância e o processo de recepção das crianças com a telenovela *Carrossel* (SBT), voltada ao público infantil. O artigo reconhece a recepção midiática como um processo de interação no qual há produção de sentidos. Observamos a participação dos elementos das culturas de infância na interação das crianças com a telenovela como também as manifestações do imaginário infantil em suas produções de sentido. Apoiados na análise de discurso, apresentamos os resultados das apreciações de desenhos e relatos de crianças, fãs da telenovela, interpretados com base no estudo de Sarmiento (2004) sobre as culturas de infância.

PALAVRAS-CHAVE: Culturas de infância. Mídia-educação. Recepção. Telenovela.

INTRODUÇÃO

O presente trabalho discute aspectos da relação das crianças, alunos dos anos iniciais do Ensino Fundamental, com a televisão; mais especificamente a telenovela infantil. O *corpus* trazido para este artigo é parte de uma pesquisa de mestrado que investigou a recepção de crianças em ambiente escolar à telenovela *Carrossel*. Neste estudo, iremos explorar as representações que as crianças fizeram de seus personagens favoritos, expressadas por meio

* Artigo recebido em 6/3/2014 e aprovado em 5/5/2014.

de desenhos e da linguagem escrita, em uma atividade dirigida realizada em sala de aula. Os discursos oriundos tanto das representações imagéticas como da escrita das crianças puderam revelar um pouco das relações das culturas de infância e da atividade imaginativa das crianças em sua interação com a mídia.

O estudo de recepção no qual se baseia este artigo deu-se em um momento marcante na história da televisão brasileira: quando o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) trouxe a programação infantil na disputa com a Rede Record pela vice-liderança no horário nobre e, com isso, conquistou grande audiência.¹ As regravações das telenovelas *Carrossel* e *Rebelde*, e suas transmissões em horário nobre, fizeram emergir a estratégia das duas emissoras que ocupam o segundo e o terceiro lugar, Rede Record e SBT, para aumentar o faturamento e a audiência: apostar no velho produto, as telenovelas, para um novo público: as crianças. O novo cenário de programação televisiva², desenhado pelas duas emissoras, trouxe consigo, consequentemente, uma mudança também em todo o *marketing* produzido para o horário e fez crescer as inserções de mídia e *merchandising* para o público infantil, fossem eles brinquedos, produtos de higiene pessoal, automóveis ou até produtos de limpeza. A criança tornou-se o principal alvo, não apenas do consumo cultural como também do consumo de produtos.

As mudanças na grade de programação, incorporadas pelas duas emissoras, deram uma maior ênfase a programas de caráter infantojuvenil. Tais transformações podem ser vistas como um reflexo das alterações na estrutura e na organização das famílias brasileiras que vêm acontecendo nas últimas décadas. Estudos das mais diferentes áreas, tais como os de Sociologia da Infância ou, até mesmo, pesquisas de *marketing*, têm atestado as transformações no que se refere ao papel das crianças na estrutura familiar, principalmente no que se refere ao aumento do seu poder de decisão nas famílias (SARMENTO, 2004; BUCKINGHAM, 2000). Assim sendo, a discussão sobre esse tema ganha relevância ainda maior na medida em que percebemos a crescente importância que se tem dado à criança como consumidora de produtos midiáticos.

As mídias sempre estão no centro das discussões sobre a sua relação com as crianças e as mudanças na infância percebidas por grande parte da sociedade nas últimas décadas. Desde o surgimento da televisão, passando pelo início da popularização dos computadores e jogos eletrônicos, os meios de comunicação passeiam pelo papel de mocinhos e de vilões no que se refere à sua relação ou à sua influência entre as crianças. A cada nova febre entre os jogos de *videogame* ou de computador, a cada novo grande sucesso de audiência televisiva entre as crianças, surge, também, a

constante preocupação se tal programa ou jogo é ou não de boa qualidade; se é educativo ou prejudicial ao público infantil, independentemente de ser a ele destinado ou não.

Devido à complexidade dessas questões, tais preocupações têm recebido respostas ambivalentes, não apenas no âmbito da sociedade como também no meio acadêmico. Moreira (2003) afirma que, embora não consideremos as crianças de hoje como usuários passivos da mídia, o fato de estarmos expostos desde a tenra infância às indústrias de produtos simbólicos de *marketing* e de publicidade tão bem elaborados é por si só motivo de preocupação e digno de ser investigado. Para o autor, a cultura midiática ratifica a mídia como grande *(des)educadora* das massas e da infância, em um processo no qual o imaginário infantil está cooptado por ícones midiáticos que permeiam a nossa percepção de realidade. Dessa forma, em meio à diversidade semiótica dos produtos dos meios de comunicação, está a preocupação de pais, educadores e pesquisadores sobre as interações das crianças com a mídia.

Propomo-nos, assim, a discutir o problema de como as culturas de infância estão presentes na recepção midiática por parte das crianças. Nosso foco é avaliar as relações de interação da criança com uma telenovela voltada ao público infantil, no âmbito das representações que as crianças fazem de seus personagens favoritos, a fim de identificar as manifestações do seu imaginário e suas produções de sentido. Pretendemos contribuir para discussões sobre o modo de apropriação que as crianças fazem dos produtos midiáticos em uma abordagem que não se limite às classificações de atividade ou à passividade do público infantil. Como referencial teórico, apoiamo-nos nas discussões sobre as culturas de infância em Sarmento (2004) e sobre a relação entre mídia e imaginário infantil em Buckingham (2000) e Girardello (2008).

AS RELAÇÕES ENTRE A CRIANÇA E A MÍDIA: CONTRIBUIÇÕES DAS PESQUISAS PARA O DEBATE SOCIAL

Para Sarmento (2004), vivemos na segunda modernidade, em um processo de reinstitucionalização da infância que se revela nos planos estruturais e simbólicos. Tal reestruturação no campo social é marcada pelas constantes transformações na infância, visto que esse conceito está em contínua negociação e construção social. Tais transformações direcionam-nos à necessidade de conhecer nossas crianças, suas contradições e suas complexidades. O autor afirma que a infância está em processo de mudança, mantendo-se como categoria social com características próprias.

Ao pesquisar diversos autores que trabalham a relação da criança com a mídia, Buckingham (2000) destaca a existência de duas correntes que se referem às relações entre a infância e a mídia: os otimistas, os quais defendem a chamada “geração eletrônica”, em contraste com os pessimistas, que pranteiam a “morte da infância”. No cerne dessas visões ambivalentes, reside a preocupação, não apenas de acadêmicos como também da sociedade, sobre as mudanças identificadas na infância contemporânea e o papel das mídias eletrônicas nessas transformações.

Nos meios sociais, é comum o discurso da crítica à mídia e a preocupação com a sua influência nociva às massas e, em especial, às crianças. Tal discurso é, muitas vezes, sinônimo de *status* intelectual ao mostrar consciência crítica. No entanto, também emerge da sociedade o discurso sobre as maravilhas das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e a facilidade e a afinidade das crianças em seu manejo e sua compreensão. Tal ambivalência beira a contradição, muitas vezes, a partir dos mesmos sujeitos e é também presente nos estudos em Comunicação e em Educação. As duas correntes, segundo Buckingham (2000), terminam por cair em uma simplificação. Ainda, de acordo com Buckingham (2000), as chamadas novas formas de comunicação e cultura têm causado reação esquizofrênica. Assim, a ideia de infância torna-se o centro de temores e aspirações.

De um lado, está a noção tradicional das crianças como inocentes e vulneráveis à influência; do outro, a noção igualmente sentimental da criança sofisticada, desenvolvida na cultura urbana, crítica e competente por natureza. Ambas são construções sobre a infância e ambas têm apelos emocionais genuínos, ainda que de tipos diferentes; mas em última instância ambas fazem uma supersimplificação da complexidade e da diversidade das relações das crianças com a mídia. (BUCKINGHAM, 2000, p. 172)

A mesma dualidade aplica-se à visão das pesquisas e da sociedade sobre as mídias. Se, por um lado, às novas mídias é atribuído um potencial positivo quanto à aprendizagem, interatividade e novas formas de comunicação, por outro elas são colocadas no centro das discussões sobre as mudanças na infância, por sua suposta influência negativa às crianças, consideradas como vulneráveis (BUCKINGHAM, 2000).

Os estudos culturais latino-americanos, na medida em que abordam a recepção não apenas como um fim no processo de comunicação e sim como um *lugar* de construção de discursos e de representações, podem contribuir para a educação no sentido de entender como os estudantes têm se inter-relacionado com os diferentes produtos midiáticos para que, assim, com a contribuição da Mídia-Educação e o letramento midiático, a escola

possa exercer o papel de mediadora social. Em vez de um discurso formal e unilateral, clamando por uma visão crítica, a escola pode conhecer as inter-relações existentes entre os estudantes e a mídia e, desse modo, construir o seu discurso mediador que venha a contribuir para o melhoramento do senso crítico e da construção da cidadania das crianças e dos adolescentes. “A mídia-educação é ao mesmo tempo um campo de reflexão teórica sobre as práticas culturais e um fazer educativo, e assim pode constituir-se como um espaço de aproximação significativa entre cultura, educação e cidadania” (GIRARDELLO; FANTIN, 2009, p. 79).

Assim sendo, os estudos de recepção apresentam-se como importante alternativa teórico-metodológica para a compreensão da relação entre mídia e público, contribuindo para ações da Mídia-Educação. Martín-Barbero (1995) defende que, na pesquisa em comunicação, para compreensão do processo comunicacional por meio da produção de sentidos dos receptores, a recepção não seja um ponto de chegada, mas de partida. Para Lopes, Borelli e Resende (2002), as pesquisas de recepção possuem como ponto em comum a descoberta da natureza negociada de toda comunicação e da valorização da experiência e da competência produtiva dos receptores. Tal negociação sofre influência de diversas mediações, tais como as que se referem às características da audiência, o local e a situação nos quais ocorre a interação, as instituições envolvidas no processo de comunicação e aquelas que, mesmo não envolvidas diretamente, exercem influência na produção de sentidos do público, além do conhecimento que o público tem sobre o meio de comunicação. A esses diversos fatores deu-se o nome de “mediações”, conceitos que são trabalhados, especialmente, por autores dos Estudos Culturais.

Para Fígaro (2010), ao tomarmos a escola como espaço privilegiado de mediação e construção de discursos, podem-se estabelecer, por meio do professor, pequenos espaços de pesquisa e de discussão sobre a recepção midiática de seus alunos, abrindo, assim, um debate para que, a partir do conhecimento da relação das crianças e dos adolescentes com a mídia, a escola possa exercer, de forma mais contundente, o seu papel de mediadora social. “Conectar os conteúdos escolares ao interesse dos jovens estudantes pressupõe entendê-los como produtores de discursos, em que selecionam, categorizam e organizam, a partir de suas experiências, todos os enunciados que lhe são dirigidos” (FÍGARO, 2010, p. 27).

Os programas infantis, as telenovelas, seus autores e elenco normalmente possuem *blogs*, possuem perfis nas mídias sociais, levantam *hashtags* no Twitter, promovem fórum de discussão e uma imensa gama de possibilidades de interações pensadas para atrair e manter fiel o público infantil. Todo esse aparato torna a recepção dos programas televisivos um processo

de interação ainda mais contínuo e que transpõe o momento em que ele está sendo assistido. Tais fatores convergem para uma importância cada vez maior dos estudos da recepção que as crianças fazem desses produtos culturais, conforme destaca Sarmento:

Se a indústria cultural de produtos para a infância atende às culturas infantis tendo em vista a expansão comercial e o lucro, por razões completamente distintas, a interpretação sociológica das culturas da infância constitui-se como prioritária [...]. A análise da recepção pelas crianças desses produtos culturais é, portanto, fundamental. (SARMENTO, 2003, p. 57)

Assim sendo, é muito importante, ao tratarmos das relações das crianças com os produtos da indústria cultural, relacionar os conhecimentos sociológicos das culturas de infância aos referenciais dos estudos de recepção, a fim de termos um referencial que dê conta das particularidades do público infantil e dos preceitos metodológicos para entender a sua interação com os meios de comunicação. Walter Benjamin (2002 apud ARANTES Jr.; ALCÂNTARA; CINTRA, 2012) enfatiza a importância que a observação tem para a educação. O adulto como verdadeiro educador e mediador do conhecimento deve estar disposto a observar as crianças em suas necessidades e em suas próprias construções de conhecimento.

[...] o verdadeiro gênio da educação: a observação. Apenas essa é o coração do amor não sentimental. Não serve para nada um amor pedagógico que jamais é levado pela observação da própria vida infantil a abdicar do ímpeto e prazer que sente, na maioria dos casos, em corrigir a criança, baseado em presumível superioridade intelectual e moral [...], mas à observação – e somente aqui começa a educação – toda ação e gesto infantil transformando-se em sinal, [...] sinal de um mundo em que a criança vive e dá ordens. (BENJAMIN, 2002 apud ARANTES Jr.; ALCÂNTARA; CINTRA, 2012, p. 115)

UM OLHAR DA SOCIOLOGIA DA INFÂNCIA PARA OS ESTUDOS DA MÍDIA: A PERSPECTIVA DAS CULTURAS DE INFÂNCIA

As culturas da infância são, para Sarmento (2003), privativas e distintas das culturas adultas. Tratam-se do modo especial que as crianças têm de construir significados, de construir sua própria lógica e da forma específica que os elementos referem-se ao seu universo particular. Sarmento (2004) destaca a existência de eixos estruturadores das culturas de infância, a saber: a *interatividade*, a *ludicidade*, a *fantasia do real* e a *reiteração*. O autor apresenta tais eixos como importantes diretrizes para a investigação sobre a infância para entender a criança de hoje em sua relação com o mundo.

A interatividade está ligada à cultura de pares, que torna o mundo da criança eminentemente interativo. A ludicidade apresenta-se como característica fundamental do universo infantil e como forma de identificação do mundo pela criança por meio de seu imaginário. A fantasia do real está ligada às brincadeiras de faz-de-conta, o *Era uma vez*, tão presentes no mundo das narrativas e dos jogos infantis. E, por fim, a reiteração, segundo Sarmiento (2004), caracteriza-se pela não linearidade do tempo da criança e revela-se na necessidade e no prazer que elas têm em recriar, continuamente, situações e rotinas por meio da transmissão de brincadeiras, de jogos e de rituais de crianças mais velhas para as crianças mais novas.

O autor apresenta o que ele chama de gramática das culturas da infância, a qual possui três dimensões:

- semântica: “construção de significados autônomos e a elaboração de processos de referenciação e significados próprios”;
- sintaxe: “a articulação dos elementos constitutivos da representação, que não se subordinam aos princípios da lógica formal, mas sustentam a possibilidade da contradição do princípio da identidade”;
- morfologia: “especificidade das formas que assumem os elementos constitutivos das culturas de infância: os jogos, os brinquedos, os rituais [...]”. (SARMENTO 2004, p. 22-23)

Essas classificações, que, à primeira vista, se apresentam de certa forma bastante estruturalistas, foram importantes como referencial teórico para a pesquisa na interpretação dos modos específicos de interação das crianças com a telenovela e contribuíram para algo nada estrutural e de grande complexidade, que é o imaginário infantil.

Dessa forma, a pesquisa serviu como um exemplo da necessidade de aproximação entre a Sociologia da Infância e os Estudos de Recepção para dar uma nova perspectiva aos estudos sobre a relação das crianças com a mídia. O conhecimento trazido por estudos como o das Culturas da Infância, aliado às práticas da pesquisa empírica de abordagem etnográfica dos Estudos de Recepção, pode permitir-nos observar a interação das crianças com os diferentes produtos midiáticos de uma maneira menos *adultocêntrica*, que vá além de julgamentos apressados ou apelo protecionista.

DIMENSÕES DAS CULTURAS DE INFÂNCIAS NAS REPRESENTAÇÕES DOS PERSONAGENS

A coleta de dados deu-se em sala de aula, onde aconteciam oficinas de vídeo ministradas pela pesquisadora por meio do programa *Mais Educação*.

Como parte do *corpus* da pesquisa, as crianças foram convidadas a escrever sobre o seu personagem favorito e, também, representá-lo por intermédio de um desenho.

Os personagens escolhidos pelas crianças foram: Jaime, Maria Joaquina, Cirilo, Valéria, Mário e Carmem. Na folha de desenho, elas também precisavam escrever por que gostavam do personagem escolhido, descrevendo as características que mais admiravam. Na análise dos dados, comparamos a descrição dos personagens presente no sítio oficial da novela no portal do SBT (www.sbt.com.br/carrossel), a fim de percebermos as semelhanças e as diferenças entre a proposta dos autores e dos produtores da telenovela e os modos de apropriação e de representação feitos pelas crianças.

Traremos, a seguir, alguns exemplos das representações que as crianças fizeram de seus personagens favoritos, apontando que, tal como afirma Sarmiento (2004), em sua forma de ver o mundo, as crianças apresentam traços particulares da apropriação simbólica aos produtos da mídia. Mesmo reconhecendo que o referencial da *gramática das culturas de infância* é, na verdade, uma tentativa de estruturar e classificar algo complexo como as manifestações do imaginário infantil, encontramos, nos desenhos e nas descrições feitas pelas crianças, representações daquilo que Sarmiento chamou de dimensões semântica, sintática e morfológica.

Dimensão semântica

O personagem Cirilo foi escolhido por uma entre as 10 crianças que desenharam personagens da novela *Carrossel* no momento da coleta de dados. Cirilo é um dos personagens principais da trama, construído para representar a bondade e a ingenuidade infantil. Ele é descrito pelo sítio oficial da telenovela como um menino ingênuo e inocente, que costuma cair nas peças que seus colegas lhe pregam. Cirilo é doce e de boa índole e sempre ajuda os amigos. O sítio destaca, ainda, que, por ser negro e de família simples, sofre preconceito por parte de Maria Joaquina, menina pela qual ele se apaixona.

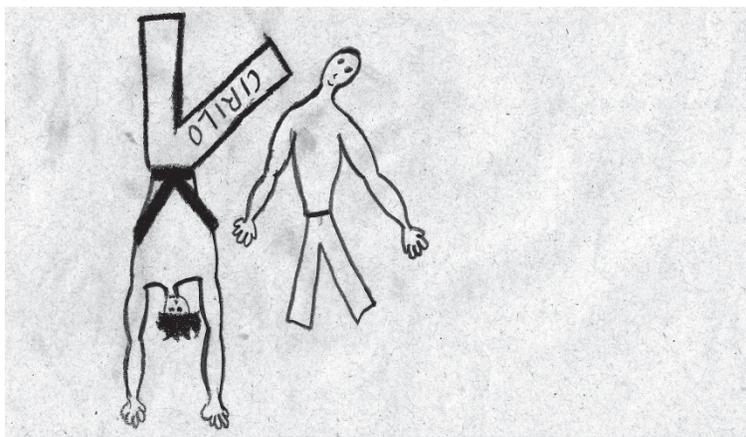
Algumas das cenas que mais emocionaram as crianças durante o estudo de recepção envolvem Cirilo, que é constantemente enganado pelos amigos e que persiste, insistentemente, para conquistar o carinho de Maria Joaquina, personagem que o despreza por ser negro e por sua condição social.

C10 (menino, 10 anos, aluno do 5º ano) escreveu que gosta do personagem Cirilo por ele ser engraçado, característica que não aparece especificada na descrição oficial do sítio da novela. O garoto demonstra uma recepção positiva do personagem, como o pretendido pelo contrato de

leitura. Poderíamos atribuir a descrição “engraçado” por C10 às situações que envolvem Cirilo sendo enganado nas brincadeiras dos amigos. Os momentos em que Cirilo “cai nas peças dos amigos” são normalmente apresentados na novela com um tom mais dramático, a começar pela trilha sonora; no entanto, as cenas também mostram as crianças rindo de sua ingenuidade. Dessa forma, a interpretação de C10 de que Cirilo é engraçado traz aproximações com a narrativa da novela, mesmo que a intenção dos autores seja o drama ou a comoção.

Contudo, é no desenho de C10 que encontramos uma representação de Cirilo mais claramente distante da narrativa trazida pela novela. Cirilo, que na novela é ingênuo e não costuma defender-se das provocações dos amigos, aparece no desenho de C10 com traços que remetem a alguém forte e que se encontra em posição de luta. O personagem desenhado ao lado de Cirilo está com a cabeça inclinada, como que tentando esquivar-se de um golpe de luta.

Figura 1 - Desenho feito por C10 do personagem Cirilo



Fonte: Dados da pesquisa.

A representação feita por C10 parece trazer o desejo da criança de que Cirilo reaja e venha a defender-se das constantes armações dos colegas e do *bullying* que sofre. Vale destacar que a luta escolhida por C10 na representação de Cirilo foi a capoeira, representativa da cultura afro-brasileira, o que podemos ler como decorrente do fato de Cirilo ser o único aluno negro da escola.

As representações de Cirilo por C10 são exemplo de como as crianças demonstraram construir significados autônomos, com referenciais e significados próprios na descrição dos personagens que, algumas vezes,

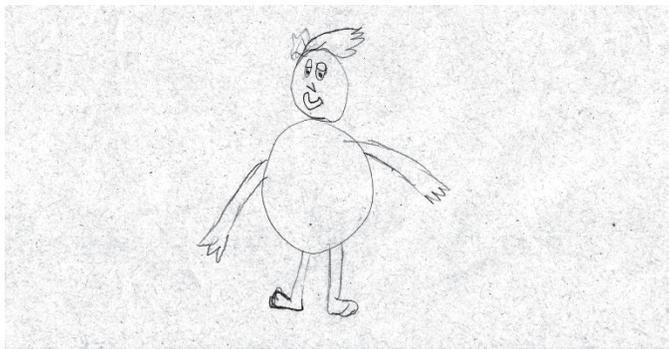
divergiam ou chegavam a contrastar com a descrição trazida pelos autores da obra. O Cirilo descrito por C10 é engraçado e foi desenhado com braços fortes. Ele sabe defender-se das peças dos colegas com golpes de capoeira. Difere do frágil e vítima de brincadeiras dos outros meninos.

Dimensão sintática

O personagem Jaime Palilo foi escolhido por duas crianças. Trata-se de um dos personagens que tem bastante simpatia entre as crianças participantes da pesquisa, em especial os meninos. Na novela, o personagem sofre *bullying* dos colegas por sua forma física, seus modos e até por sua falta de organização e modo de vestir. Há sempre cenas em que Jaime é provocado pelas crianças. Algumas vezes, mostra-se chateado, outras vezes não liga e, algumas vezes, revida usando o próprio físico a seu favor. Jaime é descrito pelo sítio oficial da novela como um garoto com coração de ouro, mas sem muitos modos. Segundo a descrição do sítio, Jaime é gordinho, bruto e costuma resolver seus conflitos com empurrões. Enfrenta sérias dificuldades pedagógicas, é repetente e come muito e de tudo.

As duas crianças que escolheram Jaime como favorito desenharam o personagem com os braços abertos e sorrindo. As crianças, aqui, podem ter representado o caráter empático do personagem. No desenho de C9 (menino, 10 anos, aluno do 5º ano), Jaime tem olhos voltados para baixo, indicando provável tristeza, que pode representar o fato de o personagem ser vítima de *bullying*. O porte físico também foi representado nos desenhos das duas crianças, e, no caso de C9, o corpo de Jaime é representado por uma elipse. Nas descrições, encontramos semelhanças entre as descrições feitas pelas crianças e na descrição oficial do *website* da novela.

Figura 2 - Desenho feito por C9 do personagem Jaime



Fonte: Dados da pesquisa.

Podemos observar a dimensão sintática descrita por Sarmento nas descrições e nas justificativas das crianças para escolherem um personagem como favorito. C1 (menino, 11 anos, aluno do 5º ano) escreveu que gosta do personagem Jaime porque ele é “preguiçoso”, e C9 respondeu que gosta de Jaime por ele ser “gordo” e “burro”. Tais justificativas parecem não obedecer, necessariamente, a critérios convencionais dos adultos a respeito daquilo que se deve admirar em alguém – o que caracteriza uma seleção de critérios próprios elegidos pelas crianças.

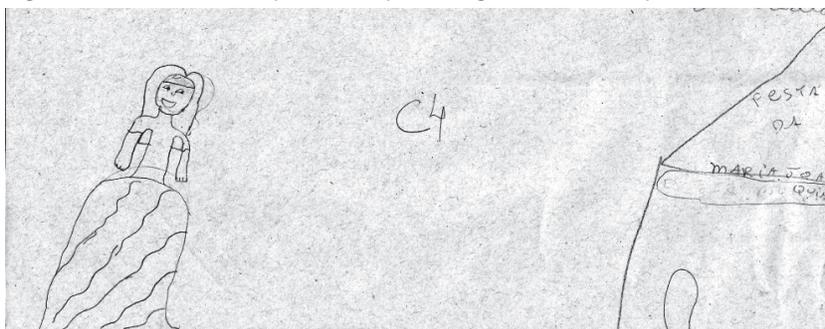
Dimensão morfológica

Apesar de ser a vilã na história, a personagem Maria Joaquina provocou encanto em muitas crianças, em especial nas meninas. A personagem é descrita no sítio oficial como arrogante, racista e preconceituosa. O sítio destaca que a personagem “não mede palavras para ofender seu colega Cirilo” e que ela “costuma delatar os colegas a fim de prejudicá-los, é orgulhosa e sempre os humilha quando tem oportunidade”.

A figura da menina rica, sempre com acessórios e adereços, mesmo quando está de uniforme escolar e que usa vestidos bonitos nas cenas fora da escola, é um dos fatores que tornam Maria Joaquina um personagem tão querido de muitas meninas, mesmo com fortes características de vilã, descritas acima.

Nos desenhos de C4 (menina, 9 anos, aluna do 4º ano) e C6 (menina, 9 anos, aluna do 3º ano), podemos observar a importância do figurino de Maria Joaquina para as crianças: C4 a desenhou com vestido de festa extremamente longo e com adereços de princesa na cabeça, e C6 detalhou as flores do vestido e o laço no cabelo.

Figura 3 - Desenho feito por C4 da personagem Maria Joaquina



Fonte: Dados da pesquisa.

As formas e as especificidades dos elementos trazidos nos desenhos das crianças são exemplos de particularidades do imaginário infantil e demonstram como certos simbolismos trazidos na caracterização dos personagens são captados pelas crianças e, muitas vezes, pensados pelos produtores de mídia como elementos de identificação e de estímulo ao consumo. Tanto a Maria Joaquina de C4 como a de C6 tiveram os detalhes de seus vestidos e acessórios de cabelo destacados. O mesmo foi observado nos desenhos das crianças que escolheram Valéria como personagem favorita.

Na descrição da personagem, C4 respondeu que gosta de Maria Joaquina por ela ser bonita e por desprezar o Cirilo. C6 também destaca a beleza de Maria Joaquina, afirmando que gosta de Maria Joaquina por ela ser “linda” e “legal”. Assim sendo, podemos afirmar que, apesar da descrição essencialmente negativa trazida pelo sítio oficial da telenovela e do próprio percurso da personagem durante a narrativa, a construção imagética de Maria Joaquina mostrou-se atrativa para muitas meninas, levando-as à produção de sentidos próprios influenciados pela dimensão morfológica da representação da personagem.

O caso da receptividade positiva à personagem Maria Joaquina, em especial pelas meninas, e o grande sucesso mercadológico alcançado pela novela nos fazem refletir sobre como as indústrias de brinquedos e produtos de *merchandising* demonstram estar, há muito tempo, atentos às particularidades da apropriação simbólica que as crianças fazem de seus personagens favoritos na interação com um produto midiático. Por meio desse conhecimento, as empresas produzem eficazes estratégias de *marketing*. Buckingham (2000) afirma que as crianças estão na vanguarda daquilo que a crítica cultural Marsha Kinder chamou de “intertextualidade transmidiática” – que seria a comunicação entre diversos textos e seus simbolismos transitando pelas mais diversas mídias, fenômeno que tem como exemplo clássico a Disney. Tal processo, segundo os autores, estaria orientado pelo lucro.

Os programas de TV não são apenas programas de TV: eles são também filmes, discos, histórias em quadrinhos, jogos de computador e brinquedos – sem falar em camisetas, pôsteres, lancheiras, bebidas, álbuns de figurinhas, comidas e uma miríade de outros produtos. A cultura midiática infantil cada vez mais atravessa as fronteiras entre textos e formas midiáticas tradicionais [...]. (BUCKINGHAM, 2000, p. 131)

A novela *Carrossel* também pode ser tomada como exemplo de *intertextualidade transmidiática*. A novela estava presente em diversas mídias e dedicou-se ao *merchandising* de uma grande variedade de produtos. O público da novela consumia o seu texto na TV, no *Youtube*, acessava o

sítio da novela, conversava sobre ela nas redes sociais. Além disso, tinha à disposição do seu poder de consumo uma gama de produtos licenciados, além dos produtos dos anunciantes. O consumo e a recepção da telenovela ultrapassam os limites do ato de assistir à TV e perpassam vários momentos do dia a dia das crianças e de suas famílias.

Não podemos trazer as crianças de volta ao jardim secreto da infância ou encontrar a chave mágica que as manterá para sempre presas entre seus muros. As crianças estão escapando para o grande mundo adulto – um mundo de perigos e oportunidades onde as mídias eletrônicas desempenham um papel cada vez mais importante. Está acabando a era em que podíamos esperar proteger as crianças desse mundo. Precisamos ter coragem de prepará-las para lidar com ele, compreendê-lo e nele tornarem-se participantes ativas, por direito próprio. (BUCKINGHAM, 2000, p. 295)

Restam, assim, às pesquisas de recepção envolvendo crianças, à pesquisa em Educação e aos mediadores família e escola observarem essas dimensões, conhecer o uso e o consumo que as crianças fazem da mídia e atender às suas próprias demandas de alfabetização midiática, não apenas para ditar aquilo que elas podem ou não podem ver, mas para oferecer caminhos de uma melhor forma de aprender com aquilo que elas veem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As representações dos personagens favoritos trouxeram elementos os quais Sarmiento (2004) chamou de dimensões *semântica*, *sintática* e *morfológica* das culturas de infância. Os desenhos dos personagens mostraram que as representações que as crianças fazem dos personagens da novela podem trazer elementos que seguem a proposta do contrato de leitura da novela, como também, por meio do imaginário infantil, podem trazer significados, estruturas lógicas e formas próprias de suas apropriações simbólicas, apresentando produções de sentido próprias.

O propósito do estudo foi contribuir para a pesquisa em Educação para que, por meio do diálogo com o campo da Comunicação, possamos refletir sobre a TV e as relações que as crianças estabelecem com ela, sem engajar-se no pânico moral dos teóricos da morte da infância ou otimismo exacerbado dos proclamadores da geração eletrônica.

Acreditamos que uma investigação sobre a relação entre criança e mídia deva considerar as formas de manifestação características do imaginário infantil a fim de que sua análise contemple as particularidades desse público. Caso contrário, podemos incorrer no risco de agir da mesma maneira que

ocorria até antes do Renascimento, quando as crianças eram tratadas como miniaturas de adultos e tinham suas particularidades ignoradas (ARIÈS, 2006). Nesse sentido, os estudos da Sociologia da Infância podem ser de grande contribuição para os estudos da recepção na tentativa de compreender como as crianças interagem com os produtos midiáticos.

Da Sociologia da Infância, temos as especificidades e os modos como as crianças encaram e produzem sentido acerca do mundo em sua volta. Dos estudos de Comunicação e recepção midiáticas, temos as contribuições teóricas e metodológicas das relações estabelecidas entre a mídia e sua audiência. No caso desse estudo específico, as contribuições de Sarmento (2004) sobre as culturas de infância mostraram-se compatíveis às análises das relações que as crianças estabelecem com uma telenovela voltada ao público infantil, em termos de seu imaginário simbólico e produção de sentidos. Assim sendo, a pesquisa revelou a necessidade de articularmos os dois campos de pesquisa como forma de reduzir as dificuldades metodológicas e interpretativas na pesquisa de recepção com o público infantil.

A televisão é sempre centro dos debates sobre a relação das crianças com a mídia, ora como meio de discussão sobre o tema, ora como vilã e causadora de males às crianças – seja quanto à socialização, à banalização da violência, seja pelos prejuízos à imaginação e ao cognitivo. Tais posicionamentos ambivalentes refletem as preocupações da sociedade a respeito da forma que as crianças recebem aquilo que consomem nas mídias. A pesquisa aponta para a necessidade de mediação adulta tanto no campo familiar como na escola.

O espaço escolar com a possibilidade de interação com os colegas mostrou-se como um campo fértil para discutir-se as mídias e para que professores exerçam, também, o papel da mediação adulta, sem que se desconsidere, no entanto, as relações que as crianças já estabelecem com essas mídias em sua rotina diária. As produções audiovisuais são muito utilizadas por professores para a realização de atividades dirigidas, que seguem roteiros que objetivam a aprendizagem de certos conteúdos. A postura etnográfica a qual sugerimos, aqui, não significa necessariamente o abandono dos planos de aula ou planejamento de atividades, mas um olhar atento ao conhecimento que as crianças já possuem das mídias, os usos que elas fazem e a forma como elas interagem com essas produções, inclusive no campo do imaginário.

THE CULTURE OF CHILDHOOD AND PRODUCTION OF MEANINGS: A STUDY OF MEDIA RECEPTION WITH CHILDREN

ABSTRACT: With a view to understanding the relationship between children's imaginary and television reception, this study discusses the interactions between Cultures of Childhood and the reception process of children in relation to the SBT Carousel soap opera, aimed at children. This article acknowledges media reception as a process of interaction in which the production of meanings occurs. We observed the participation of elements of the cultures of childhood in the interaction of children with the soap opera as well as the manifestations of the children's imaginary in their productions of meaning. Using discourse analysis as a basis, we present the results of analyses of drawings and reports by children, soap opera fans, interpreted using Sarmento's study of the Cultures of Childhood (2004), as a background.

KEY WORDS: Cultures of childhood. Media education. Reception. Soap operas.

LAS CULTURAS DE LA INFANCIA Y LA PRODUCCIÓN DE LOS SENTIDOS: UN ESTUDIO CON NIÑOS SOBRE LA RECEPCIÓN MEDIÁTICA

RESUMEN: Con vistas a la comprensión de las relaciones entre el imaginario infantil y la recepción televisiva, este estudio analiza las interacciones entre las Culturas de la Infancia y el proceso de recepción de los niños a la telenovela *Carrossel* (SBT), destinada al público infantil. El artículo reconoce la recepción mediática como un proceso de interacción en el cual hay producción de sentidos. Notamos la participación de los elementos de las culturas de Infancia en la interacción de los niños con la telenovela, como también las manifestaciones del imaginario infantil en sus producciones de sentido. Apoyados en el Análisis del Discurso, presentamos los resultados de las apreciaciones de dibujos y relatos de niños, fanáticos de la telenovela, basados en el estudio de Sarmento (2004) sobre las Culturas de la Infancia.

PALABRAS CLAVES: Cultura de infancia. Medios-educación. Recepción. Telenovela.

NOTAS

1. Em 2011, a Record passou a exibir a novela adolescente *Rebelde* no mesmo horário em que é transmitido o *Jornal Nacional*, pela Rede Globo, emissora líder. Já o SBT estreou, em maio de 2012, a novela *Carrossel*, voltada ao público infantil. Com o grande sucesso da novela *Carrossel*, a novela *Rebelde* incorporou crianças ao seu elenco a partir da segunda temporada. As duas telenovelas são regravações de produções mexicanas que tiveram suas versões originais exibidas por ambos os canais.

2. Após a exibição de *Carrossel*, o SBT manteve o horário dedicado ao público infantil com a exibição de uma regravação da telenovela *Chiquititas*. A novela é segunda

regravação e estreou em 15 de julho de 2013. A primeira versão de *Chiquititas* foi exibida em 1997 e foi uma produção do SBT em parceria com o canal argentino Telefé. Tanto a primeira quanto a segunda versão brasileira foram inspiradas na novela homônima argentina, exibida naquele país pelo canal Telefé em 1995.

REFERÊNCIAS

ARANTES JR., E.; ALCÂNTARA, A. C. de J.; CINTRA, R. Á. O problema da modernidade em Walter Benjamin: uma abordagem sobre a infância e a educação. *Revista Sapiência: sociedade, saberes e práticas educacionais*, UEG/UnU, Iporá, v. 1, n. 2, p. 130-145, jul./dez. 2012.

ARIÈS, P. *História social da criança e da família*. Tradução de Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2006.

BUCKINGHAM, D. *Crescer na era das mídias: após a morte da infância*. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis. 2000. Título original: *After the death of childhood: growing up in the age of electronic media*. Trabalho não publicado. Buckingham – Crescer na era das mídias – inteiro.doc. 1 arquivo (760 Kb). Word 2003.

FÍGARO, R. Estudos de recepção para entender os usos da mídia na escola. *Comunicação & Educação*. Revista do Curso Gestão da Comunicação do Departamento de Comunicações e Artes da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: CCA/ECA/USP: Paulinas, ano 15, n. 3, set./dez. 2010.

GIRARDELLO, G. Produção cultural diante da tela: da TV à internet. In: FANTIN, M.; GIRARDELLO, G. (Orgs.). *Liga, roda, clica: estudos em mídia, cultura e infância*. Campinas, SP: Papyrus, 2008.

_____; FANTIN, M. Diante do abismo digital: mídia-educação e mediações culturais. *Perspectiva*, Florianópolis, v. 27, n. 1, p. 69-96, jan./jun. 2009.

LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S. H. S.; RESENDE, V. da R. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M. W. de. *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

MOREIRA, A. S. Cultura midiática e educação infantil. *Edu. & Soc.*, Campinas, v. 24, n. 85, p. 1203-1235, dez. 2003.

SARMENTO, M. J. Imaginário e culturas da infância. *Cadernos de Educação*, FaE/UFPel, Pelotas, v. 12, n. 21, p. 51-69, jul./dez. 2003.

_____. As culturas da infância nas encruzilhadas da segunda modernidade. In: SARMENTO, M. J.; CERISARA, A. B. (Orgs.). *Crianças e miúdos: perspectivas sociopedagógicas da infância e educação*. Porto: ASA, 2004.

WALKIRIA SOUSA SILVA é mestre em Educação pela Universidade do Vale do Itajaí, desenvolvendo pesquisas nas áreas de Cultura, Comunicação e Educação. Possui graduação em Comunicação Social, Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (2001). Tem experiência na área de Televisão, com ênfase em Telejornalismo, atuando principalmente com produção midiática.

E-mail: moreno_walkiria@hotmail.com

JOSÉ MARCELO FREITAS DE LUNA é doutor em Linguística pela Universidade de São Paulo (1999) e pós-doutor, entre 2010 e 2011, na Universidade do Texas em Austin (Estados Unidos). É professor e pesquisador do Programa de Pós-Graduação (Mestrado e Doutorado) em Educação da Universidade do Vale do Itajaí, com publicações nas áreas de Linguística e Educação.

E-mail: mluna@univali.br
