

Raquel da Silva Alves

Infância, gênero e consumo na telenovela Carrossel

Dissertação apresentada como requisito à obtenção do grau de Mestre em Psicologia. Área de concentração: práticas sociais e constituição do sujeito. Linha de pesquisa: constituição do sujeito, relações éticas, estéticas e processos de criação. Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Curso de Mestrado, Centro de Filosofia e Ciências Humanas – Universidade Federal de Santa Catarina. Orientador: Prof. Dr. Adriano Henrique Nuernberg.

Florianópolis, 2014.

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Alves, Raquel
Infância, gênero e consumo na telenovela Carrossel /
Raquel Alves ; orientador, Adriano Nuernberg -
Florianópolis, SC, 2014.
149 p.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa
Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa
de Pós-Graduação em Psicologia.

Inclui referências

1. Psicologia. 2. Psicologia Social. 3. Estudos de
Mídia. 4. Televisão. 5. Infância. I. Nuernberg, Adriano. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-
Graduação em Psicologia. III. Título.

AGRADECIMENTOS

Aos bons encontros. Esta dissertação possui em suas entrelinhas as conversas esclarecedoras, vivências intensas e trocas sinceras com as pessoas incríveis que me acompanharam ao longo destes dois anos.

À minha família, pelo apoio, amor e carinho incondicionais. A distância é apenas física.

Aos meus amigos, fiéis escudeiros, que viram o melhor e o pior de mim sem nunca hesitar em seu companheirismo.

Ao meu orientador, que nunca duvidou que esta pesquisa seria possível. Obrigada pela paciência, cuidado e constante inspiração.

À CAPES, pela bolsa de estudo.

Às pessoas que, a fim de escrever sobre crianças, nunca deixaram de conversar com elas.

RESUMO

Esta pesquisa buscou discutir, articular e tensionar as noções de mídia, infância, gênero e consumo na novela infantil Carrossel, exibida ao longo do ano de 2012 e 2013 em rede nacional pela emissora SBT. Foi feita uma revisão teórica sobre as diferentes concepções de infância e sua relação com a mídia, em especial a televisão e o lugar da telenovela no imaginário brasileiro e seu papel no reforço de um ideário consumista no Brasil. Para a escolha do objeto, foram definidos os seguintes critérios: ser veiculado pela televisão, com possíveis desdobramentos em outras mídias; apresentar um alto índice de audiência e possuir abrangência nacional; apresentar indícios, em seu conteúdo, de estímulo ao consumo, como *merchandising e product placement* e ter em seu conteúdo claras divisões de papéis de gênero. Para a coleta dos dados, utilizou-se a metodologia de etnografia de tela, articulada com os referenciais teóricos da Psicologia Social, Estudos de Mídia e Estudos de Gênero. Foram analisadas cenas significativas de um capítulo escolhido dentre os gravados durante um mês de observação e também as propagandas veiculadas nos intervalos comerciais entre os blocos de cada capítulo da novela. Para a análise dos capítulos, foram utilizadas as ferramentas apresentadas por Ayres(2009), assim como autores de crítica cinematográfica e televisiva. Os resultados obtidos explicitaram que a novela Carrossel mantém estereótipos de gênero, reforçados tanto pelo roteiro como pelos recursos de câmera, sonoplastia e figurino da novela, estimula o consumo como resolução de conflitos e borra a fronteira adulto-criança entre os personagens.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos de mídia, novela, televisão, Carrossel, consumo, gênero, Psicologia Social

ABSTRACT

This research aimed to discuss and articulate notions of media, childhood, gender and consumption in the soap-opera directed towards children Carrossel, aired during 2012 and 2013 by the national broadcaster SBT. For this purpose, the review of the literature carried out for this study deals with different conceptions about childhood and how those relate to media, particularly television. The review of the literature is also concerned with the place that Brazilian soap-operas have in the national imaginary and how these media products can reinforce an ideology of consumerism in our country. In order to choose the research subject, the following criteria was used: be aired on television, with possible outspread in other media; present a high rate of audience and be aired nationwide; display evidence that stimulate consumption and consumerism in its content, such as merchandising and product placement and have a clear separation of gender roles. The methods applied to gather data were screen ethnography, combined with the theoretical frameworks of Social Psychology, Media Studies and Gender Studies. Both the commercials aired during commercial breaks between blocks of each episode of the soap-opera and significant scenes of one of the episodes were analysed. The analytical tools adopted refer to those put forward by Ayres(2009). Cinema and television critiques were also used in the analysis of each selected scene. The results evidenced that the soap-opera Carrossel maintains gender stereotypes, reinforced by both the script and the camera features, costume design and soundtrack, stimulates consumption as a conflict resolution and blurs the line between adult and child characters.

KEYWORDS: Media Studies, soap-opera, television, Carrossel, consumption, Gender Studies, Social Psychology

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	7
APRESENTAÇÃO	11
A ESCOLHA PELA NOVELA CARROSSEL	20
O BRASIL DA NOVELA E A NOVELA NO BRASIL	24
A(S) CRIANÇA(S) E A MÍDIA	29
3.1 As meninas na/da TV: uma breve discussão de gênero.....	41
EMBARQUE NESTE CARROSSEL: IMPLICAÇÕES E POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS	49
4.1 Os giros publicitários no intervalo de Carrossel.....	58
4.2 Análise dos Capítulos da Novela Carrossel.....	67
SAINDO DESTA CARROSSEL: POSSÍVEL(IS) ANÁLISE(S)	69
CONSIDERAÇÕES FINAIS	103
Referências	112
Anexos	118

APRESENTAÇÃO

Zapeando¹ o tema

Esta dissertação se iniciou com um desconforto. Em 2006, quando me mudei para Florianópolis a fim de começar a estudar Psicologia na Universidade Federal de Santa Catarina, decidi que não compraria uma televisão. Eu já havia diminuído o uso deste aparelho desde 2004, quando comecei a estudar para o vestibular. Eu lia e me informava sobre o que estava acontecendo no mundo por outros meios: jornais, revistas, internet. Nestes seis anos com pouco ou nenhum contato com a televisão, notei uma crescente sensibilização minha com relação à programação em horários destinados ao público infantil.

Comecei a perceber algumas tendências publicitárias que incluíam maneiras cada vez mais sedutoras e apelativas com relação ao público consumidor de um ou outro produto específico, assim como uma demarcação clara (e rígida) de papéis de gênero nos programas voltados ao público infantil. A incorporação dos discursos veiculados via televisão pelas próprias crianças com quem tenho contato também chamou bastante minha atenção.

A percepção destes discursos, (tanto os da televisão quanto os discursos das crianças), recheados de uma série de valores (muitas vezes contrastantes com os das próprias famílias), engendrou em mim o questionamento do papel desta mídia ao longo da constituição destes pequenos sujeitos. Como a TV acaba sendo uma instância formativa e uma maneira de elaborar sua relação com o mundo e com eles mesmos? A fala das meninas, em especial, me impressionou. O uso de aparatos normalmente destinados a adultos, como salto alto, maquiagem e produtos para cabelo teve um impacto peculiar em mim: comecei a

¹ O termo *zapping* é utilizado no jargão do marketing e comunicação como o movimento de mudar de canais da televisão rápida e constantemente.

ponderar o que, de fato, define o ser criança hoje em dia. E, além disso, o que compõe o ser menina. Por que o uso de aparatos destinados a adultos parece ter aumentado, e de onde surge meu desconforto perante esta prática?

Ao longo das orientações e leituras que vieram destes questionamentos iniciais, houve a gradual mudança do tema (de emoção e publicidade para mídia, infância e gênero), pois percebi uma necessidade de consultar referências bibliográficas que contextualizassem e complexificassem a concepção de infância que temos na contemporaneidade, assim como sua relação com mídia e subjetividade. Procurei, então, selecionar obras que estivessem sendo citadas atualmente pela academia e por ONGS que tem discutido o tema de infância e consumo no Brasil, de maneira a delinear a abrangência do tema, assim como sua relevância social.

Com os estudos e o contato que estabeleci com mídias voltadas para o público infantil, pude notar indicativos de uma noção de proteção a uma infância idealizada² ao mesmo tempo em que coexiste com essa preocupação o surgimento de categorias etárias homogeneizadas, tendo por parâmetro comum, muitas vezes, o consumo. Esta homogeneização que fica clara em uma série de propagandas veiculadas hoje que borram a fronteira adulto-criança³ ao colocar o mesmo produto como desejo de consumo de ambos. Um bom exemplo é a recente propaganda da Peugeot em que o pai justifica a compra de um carro por causa da idade do filho. O pai repete várias vezes que aos 18 é importante ter um carro bom. Ao final da propaganda descobrimos que a criança só tem 18

² Alguns exemplos desta noção idealizada de infância podem ser encontradas nos sites <https://www.facebook.com/InfanciaLivredeConsumismo?fref=ts>; <http://aliancapelainfancia.org.br/index.php>

³ A ideia de adulto-criança e criança-adulto é aprofundada no livro de Postman (1999): "“Como a arena simbólica em que acontece o crescimento humano muda na forma e no conteúdo, e em especial, muda na direção de não exigir diferenciação entre a sensibilidade do adulto e a da criança, inevitavelmente as duas etapas da vida se fundem numa só” (p.113)

meses.⁴ A ambiguidade com relação à idade do filho indica esta falta de fronteiras entre um desejo infantil e um desejo adulto, como se a subjetividade humana, independente de sua trajetória cronológica, se pautasse em um produto (no caso, o carro) para estabelecer metas, projetos e vontades. O critério deixa de ser a idade cronológica dos personagens envolvidos (18 anos ou 18 meses), e passa a ser a presença ou não de um Peugeot na garagem. Partindo do pressuposto de que existem mais critérios do que a idade cronológica para definir subjetividades, decidi então me aprofundar no tema para tentar descobrir quais deles tem sido levados em conta quando o assunto é mídia, infância e consumo.

Encontrei bastante material discutindo o tema *mídia, infância e consumo*⁵. Entrando em contato com este material e aumentando meu contato com a mídia de meu interesse (televisão), pude pensar em uma análise que fosse além da questão específica da publicidade para crianças. Vi que seria mais interessante focar a pesquisa no conflito e na coexistência de concepções de infância presentes na sociedade em que vivemos, o que acaba englobando os questionamentos que fiz no início do percurso desta dissertação. A maneira como várias concepções distintas de infância se reforçam ou se contradizem em estudos sobre o tema e o reforço de estereótipos de gênero em novelas infantis, foram alguns dos aspectos que mais chamaram minha atenção, dois horizontes que começaram a tomar contornos mais fortes, e que definiriam, com bastante nitidez, os rumos de minha escrita.

Desta forma, iniciou-se uma mudança significativa do objeto de minha dissertação. Pude perceber que a questão que aparecia para mim não era especificamente quais emocionalidades estariam envolvidas na publicidade voltada para crianças (meu questionamento inicial ao ingressar no PPGP), e sim quais concepções de infância têm surgido, se mantido ou desaparecido na contemporaneidade em que vivemos.

⁴O vídeo pode ser assistido no endereço <http://www.youtube.com/watch?v=sQG7k45pReQ>.

⁵ Os trabalhos que abordam o tema serão referenciados ao longo da dissertação.

Também a importância das noções de gênero para a consolidação de uma concepção ou outra de infância se mostrou significativa, surgindo como temática transversal e essencial à discussão de mídia.

Tendo em vista a produção de subjetividades em uma sociedade do espetáculo⁶, percebi a necessidade de refazer a pesquisa nos bancos de dados, que tinha sido minha primeira aproximação com o tema. Desta maneira, voltei ao banco de teses da CAPES, desta vez com os marcadores INFÂNCIA, MÍDIA, CONSUMO, e encontrei 28 teses e dissertações com os exatos três termos.

O recorte de gênero continua sendo um dos meus norteadores, e notei ser possível fazê-lo em 14 trabalhos dos 28 encontrados. Mesmo não tendo explicitado os descritores GÊNERO e FEMININO na minha busca, percebi o tema em alguns dos trabalhos. O uso do referencial teórico de Estudos de Gênero, neste momento da pesquisa, ainda era uma possibilidade, não uma certeza, pois eu não havia iniciado o contato direto com meu campo de estudo. Escolhi ver se a questão de gênero era abordada em outras pesquisas mesmo usando descritores amplos, o que mostraria a necessidade de estudos que abarcassem este referencial teórico mesmo tendo horizontes iniciais que não fossem diretamente relacionados a gênero. Os resultados encontrados confirmaram essa suspeita, o que se mostrou promissor.

Meu critério de escolha para a seleção destes 14 trabalhos foi a leitura dos resumos, já que meu intuito, neste momento, não era definir o estado da arte de pesquisas relativas à mídia infância, e sim ter um contato inicial mais amplo para ajudar a definir o tema e guiar o objetivo principal deste trabalho, a análise de um produto midiático destinado ao público infantil (a Novela Carrossel). Selecionei os textos que, com variadas abordagens, demonstravam uma preocupação com a discussão ampla de concepção de infância articulada com a relação destas com a mídia em diferentes formas, não só por meio da televisão. Dei uma atenção especial, entretanto, aos trabalhos que discutiam infância e televisão. O principal critério para a escolha deste meio midiático específico se deu pela presença do aparelho em praticamente todas as

⁶DEBORD, 2003.

residências brasileiras⁷, assim como o tempo despendido no ato de assistir televisão⁸.

É interessante perceber como, ao colocar tais marcadores na pesquisa, houve a abrangência de um grande espectro de áreas de estudo, passando por Direito(1), Sociologia(3), Comunicação(2), Publicidade, Teoria e Análise Linguística (1) Psicologia (1), Educação (5), História e Educação física(1). Penso que a maioria das teses e dissertações encontradas ser da área de educação não foi coincidência. O interesse, demarcação e a própria criação (ou descoberta) da categoria de infância são historicamente marcados pelo estudo de educadores e teóricos da educação, como deixa claro o icônico trabalho de Ariés (2011) e tantos outros. Dentro da própria Universidade Federal de Santa Catarina existem núcleos de pesquisa voltados especificamente para o estudo da(s) infância(s) que nos cercam.⁹

⁷De acordo com o censo feito pelo IBGE em 2010, 95% dos lares brasileiros possuem pelo menos uma televisão. Uma análise dos bens de consumo duráveis, nos quais se inclui a televisão, pode ser lida na reportagem feita pela página da IG, encontrada no endereço eletrônico: <http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/2012-04-27/ibge-pela-1-vez-domicilios-brasileiros-tem-mais-tv-e-geladeira-d.html> . O atlas relativo à relação de bens duráveis, dentre os quais se encontra a televisão, pode ser encontrado no endereço eletrônico <http://censo2010.ibge.gov.br/apps/atlas/> (acesso dezembro 2013)

⁸A empresa Eurodata TV Worldwide revelou que pesquisas realizadas em outubro de 2005 apontam que a criança brasileira é a que mais assiste televisão no mundo, com uma média de 3 horas e 31 minutos diários, como aponta a dissertação de Margaret Presser (2007).

⁹Dois exemplos de núcleos que apresentam interessantes trabalhos sobre o tema são Núcleo de Estudos e Pesquisas da Educação na Pequena Infância – NUPEIN (<http://www.ced.ufsc.br/nupein>) e o Grupo de Estudo e Pesquisas sobre infância, Educação e escola. – GEPIEE, ambos localizados no Centro de Ciências da Educação.

Os resumos me proporcionaram uma noção da amplitude do tema que me propus a estudar. A infância possui uma série de demarcações distintas, e um dos aspectos da realidade que englobam o processo de constituição do sujeito é a mídia. Pude pensar em três eixos principais ao analisar os resumos dos trabalhos que selecionei na pesquisa no banco de teses da CAPES: as crianças influenciadas pela mídia, a mídia adulta retratando a infância (no caso, a infância perdida ou roubada pela violência), e a análise dos aparatos midiáticos voltados para o público infantil, em especial ícones artísticos, revistas específicas para este público e publicidade infantil. O recorte de gênero apareceu com mais força no eixo relativo à influência da mídia na formação das crianças, que é onde situo o problema central de minha pesquisa.

Análise da influência da mídia de modo geral sobre as crianças	Análise da influência da mídia específica para crianças	Análise da infância retratada na mídia voltada para adultos
Na interação televisiva, as crianças aprendem sobre gênero, violência e consumo. ESPERANÇA (2006).	A infância sem segredos: a noticiabilidade jornalística do crime de exploração sexual de crianças e adolescentes. CAMPOS (2008).	"Delas é o Reino dos Céus": Mídia Evangélica Infantil na Cultura Pós-Moderna do Brasil (Anos 1950 a 2000). BELOTTI (2007).
A verdade está nas mídias: a fabricação do real infantil na sociedade de consumo. OLIVEIRA (2006).	Sociedade da Imagem: a (re)produção de sentidos da mídia do espetáculo. MEDEIROS, C. (2010).	"O consumo serve para pensar": revista Recreio, crianças e alternativas para a formação de cidadãos. CORREIA (2010).
Mídia e Consumo na		Identidades de Gênero e propagandas Televisivas: um

<p>Produção de uma Infância Pós-moderna que vai à Escola. MOMO (2007).</p>		<p>estudo no contexto da Educação Infantil. GUIZZO (2005).</p>
<p>A publicidade abusiva em face da hipossuficiência da criança. FONTELIS (2009)</p>		<p>Programa gatorade nas escolas: um modo de ensinar sobre atividade física/hidratação para conquistar consumidores infantis. MEDEIROS (2011).</p>
<p>Muito além do jardim da infância: infância, mídia e consumo. KOSLOWSKI (2009).</p>		<p>O “X” da questão: o fenômeno Xuxa e a construção das crianças com o “X”. SINVAL(2010).</p>
<p>Indústria cultural e infância: uma análise da relação entre as propagandas midiáticas, o consumo e o processo formativo das crianças. CARDOSO (2011).</p>		

<p>Crianças, consumo e negociação de sentidos: modos de brincar, usos da TV e da internet. MICHELAN (2011).</p>		
--	--	--

Tabela 1: Eixos temáticos das teses e dissertações encontradas no banco de teses da CAPES.

A partir da leitura dos resumos, pude refletir e selecionar os trabalhos, baseando-me em critérios metodológicos que delineariam o método que eu utilizaria ao entrar no campo. Também as linhas teóricas que embasam meu trabalho ficaram mais nítidas, e a tarefa de articular Psicologia Social, Estudos de Mídia, Estudos de Gênero e Sociologia da Infância ficou mais tangível.

Algumas das dissertações se centram na pesquisa direta com crianças, ou seja, no estudo das re(l)ações destas à mídia, assim como a reflexão sobre o que é veiculado na Televisão e Internet, como a dissertação de **Bianca Salazar Guizzo (2005), que faz um estudo de recepção com crianças de 5 e 6 anos de idade, a fim de perceber como estas crianças percebem questões de gênero em seu cotidiano. Também outros trabalhos, como o de Danielle Regina do Amaral Cardoso (2011) e Fábio Sagula De Oliveira (2006), procuraram levantar os discursos a respeito de** mídia tendo contato com as próprias crianças, por meio de entrevistas feitas com elas. Outra forma de aproximação do campo que envolvia o contato direto com os sujeitos de pesquisa foi a observação participante, entrevista coletiva e oficinas, encontrado no trabalho de Joice Araújo Esperança (2006) e no de Sirlei Rigodanzo Koslowski (2009), que utilizou a observação participante como principal método de aproximação do campo.

Outros trabalhos fizeram levantamentos bibliográficos das mídias que, de alguma forma, representam ameaças (termo utilizado pelos autores) ao universo infantil. Foi o caso de Caciane Souza de Medeiros (2010), que fez uma extensa análise de capas de revistas,

tendo por tema a maneira como é retratado e, portanto, historicizado o tema de violência e infância. Também o de Maria Amélia Tostes Filgueiras Campos (2008), que analisou como se dá a noticiabilidade jornalística do crime de exploração sexual de crianças e adolescentes por meio da análise de uma série de notícias que trazem o tema.

Alguns dos trabalhos encontrados apresentaram o recorte de gênero, como o de Guizzo (2005), Esperança (2006) e Mariangela Momo (2006). Nestes três trabalhos é possível perceber a ideia da centralidade da mídia na formação das crianças. Os três trabalhos frisam também a não passividade completa na assimilação das informações percebidas, ou seja, o movimento de mão dupla mídia-criança e criança-mídia. Este aspecto, em particular, me guiou para os referenciais teóricos de Estudos de Mídia e Sociologia da Infância. O estabelecimento destes referenciais ajudou a criar os horizontes teóricos que serão utilizados ao longo de toda dissertação. Desta maneira, pude ter uma noção mais clara do tipo de estudo feito a respeito do tema que decidi estudar. Todavia, a articulação específica entre gênero, consumo e concepções de infância em telenovelas não apareceu neste mapeamento, o que garantiu a originalidade do tema.

Capítulo 01

A ESCOLHA PELA NOVELA CARROSSEL

Tendo em vista o cenário em que se encontra a discussão a respeito de infância(s) e mídia(s), minhas perguntas de pesquisa e os objetivos advindos delas, comecei a pensar como escolher um objeto de análise que fosse suficientemente rico em significado para ser analisado. Para isso, estabeleci alguns critérios para o material a ser coletado, a saber:

ser veiculado pela televisão, com possíveis desdobramentos em outras mídias;

Criei esse critério visando complexificar a discussão da mídia, não só por meio da leitura de diferentes teóricos, mas também por meio da interpenetração de discursos proporcionada por diferenças técnicas em sua veiculação. Importante esclarecer a noção de tecnologia e técnicas de difusão de informação que pauta este critério. Concordo com Silverstone (2002, p.61), quando o autor escreve que “precisamos saber como a mídia trabalha”, o que inclui os suportes técnicos para que a mídia seja considerada como processo de mediação.

As tecnologias, desta forma, compõem e são compostas por uma “granulosidade partilhada por culturas contemporâneas, etnias, grupos de interesse gostos, estilos e pela emergente economia da mídia segmentada, mais uma expressão da mesma dependência sociotécnica” (idem, p.52). Este aspecto plural até no que se refere à dimensão técnica que compõe os processos de mediação dá uma dimensão da complexidade que compõe um produto como a novela Carrossel. Desde sua idealização, passando pela produção e chegando à veiculação e recepção do programa, a novela é um produto composto por jogos de poder que não podem ser subtraídos de uma discussão societária mais ampla, sendo assim um componente interessante que aglutina em si um modo de classificar, representar e criar subjetividades.

possuir um alto índice de audiência e possuir abrangência nacional;

Este critério foi criado pensando na relevância social da pesquisa. Por mais que saibamos que o fator quantitativo não basta por si só, ele não pode ser ignorado, e os índices de audiência são um aspecto imprescindível na análise. A audiência é algo fluido e difícil de medir, sendo considerada por alguns teóricos como comunidades imaginadas, como será discutido nos próximos capítulos. Ainda assim, a audiência ainda é um dos principais critérios utilizados para o planejamento dos programas e da grade programação de uma emissora.

Apresentar indícios, em seu conteúdo, de estímulo ao consumo, como merchandising e product placement¹⁰ ;

Este critério foi pensado visando a articulação com um dos eixos temáticos da pesquisa (televisão e consumo). Olhando a novela como fruto da tensão composta por vários fatores sociais, refleti que seria interessante existir uma “caricatura” deste estímulo ao consumo, o que realmente foi encontrado no campo. Importante frisar que a ideia de consumo vai além da noção do senso comum de “lavagem cerebral” feita a respeito da publicidade na televisão. Nestor Canclini(1996), em seu livro *Consumidores e Cidadãos*, problematiza de maneira interessante o consumo:

Hoje vemos os processos de consumo como algo mais complexo que a relação entre meios manipuladores e dóceis audiências. Sabe-se que um bom número de estudos sobre a comunicação de massa tem mostrado que a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais, onde os mediadores capturariam os receptores: entre uns e outros se reconhecem *mediadores* como a família,

¹⁰ *Product placement* (colocação de produto) é o jargão utilizado no marketing para denominar “a inclusão de marcas comerciais (de todo o gênero) dentro de conteúdos de entretenimento e ficção, como se fossem adereços, por exemplo bebidas, carros, cereais ou detergentes. Estas marcas aparecem para reforçar a sua notoriedade ou lançar um novo produto. Escolhem não só os programas mas também os protagonistas com os quais o consumidor da marca se identifica.”
Fonte: http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=631463

o bairro e o grupo de trabalho. Nessas análises, deixou-se também de conceber os vínculos entre aqueles que emitem as mensagens e aqueles que as recebem como relações, unicamente, de dominação. A comunicação não é eficaz se também não inclui as interações de *colaboração* e *transação* entre uns e outros. (p.51-52)

Desta forma, pretendo pensar a novela como um espaço de interação, mediadora entre as agências publicitárias e os telespectadores, sem reduzi-los à “dóceis audiências”, como escreve Canclini.

Silverstone (2002) também discute o consumo, tendo em vista a mídia enquanto processo de mediação também com relação ao ato de consumir. Ele chama a atenção para o paradoxo, corda bamba em que se equilibra a ideia de consumo na sociedade contemporânea:

O consumo é uma coisa de contrastes, e ocasional. É uma atividade individual e coletiva, privada e pública, que depende da destruição de bens para a produção de significados. Ele medeia entre a frugalidade e o excesso, entre a economia e a extravagância. Ele apazigua ansiedades quanto à nossa capacidade de sobreviver e prosperar no que diz respeito tanto à subsistência como ao status, mas não consegue refrear de uma vez por todas nem a ansiedade, nem a carência, nem o desejo. Pelo contrário. A terapia da compra é tanto a cura como a doença (SILVERSTONE, 2002, p. 148).

Ter em seu conteúdo claras divisões de papéis de gênero.

O outro eixo *temático* (televisão e papéis de gênero) seria, desta forma, abrangido com este critério, levando em conta a televisão como instância formadora de noções de gênero, assim como a escola e grupos de pares. Após o delineamento destas diretrizes, pude afunilar a gama de possíveis programas a serem analisados até chegar num específico: a novela Carrossel¹¹, veiculada pela emissora SBT em rede

¹¹ A novela Carrossel foi transmitida de segunda a sexta pelo Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), entre 21 de maio de 2012 e 26 de julho de 2013,

aberta nacional. Esta novela, específica para o público infantil, possuía todas as características citadas acima, e se mostrou como campo suficientemente rico, a ponto de justificar uma pesquisa de mestrado.

totalizando 310 capítulos. De autoria de Íris Abravanel, é uma regravação inspirada na telenovela mexicana *Carrusel*, exibida entre 1989 e 1990, (no Brasil, entre 1991 e 1992). com autoria de Valentin Pimstein que, por sua vez, se inspirou na novela *Jacinta Pichimahuida, la Maestra que no se Olvida*, de 1966. O texto original, de mesmo nome da novela de 1966, e que inspirou Valentin Pimstein, é de 1940, e foi escrito pelo escritor argentino Abel Santa Cruz. O horário de exibição de Carrossel no SBT foi das 20h30 às 21h15, tendo classificação etária livre. Mais informações sobre a novela podem ser lidas nos endereços eletrônicos [http://pt.wikipedia.org/wiki/Carrossel \(telenovela\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Carrossel_(telenovela)) e <http://www.sbt.com.br/carrossel>

Capítulo 02

O BRASIL DA NOVELA E A NOVELA NO BRASIL

Além de preencher os requisitos supracitados, um interessante aspecto surgiu nos percalços da pesquisa: a grande carga simbólica que tem o gênero "novela televisiva" para o público brasileiro. O livro "O Brasil Antenado", de Esther Hamburger, analisa a novela como repertório compartilhado por grande parcela da população brasileira. Escreve a autora:

A novela é dos raros textos consumidos por cidadãos pertencentes às mais diversas classes sociais, um repertório privilegiado para mediar diferenças. Assistir novela diariamente, ou mesmo eventualmente, pressupõe a noção de que se está desempenhando um ritual compartilhado por milhares de outros telespectadores, pertencentes aos mais variados segmentos sociais, nos mais variados recantos do país. Muitas vezes o próprio ato de assistir novela reúne na mesma sala telespectadores de grupos diferentes, como, por exemplo, empregadas, patroas e crianças. Portanto, ao usar a moda ou a gíria lançadas na novela e escutar a trilha sonora do programa, os telespectadores supõem que seus interlocutores compreendam as alusões performáticas embutidas no consumo de determinadas roupas, músicas ou vocabulário. Sendo assistidas e apropriadas por um corpo tão diversificado de telespectadores, cujas reações são de alguma forma incorporadas ao texto, novelas captam e expressam a dinâmica cotidiana de luta por inclusão social (HAMBURGUER, 2005 p.73-74)

As novelas são um campo rico e cheio de idiossincrasias que se misturam ao caldeirão de eventos históricos e políticos que ocorriam no Brasil quando a televisão se firmou como um dos principais meios de

comunicação no país (a partir do final da década de 60, junto ao contexto da ditadura militar). Estes produtos midiáticos continuam apresentando várias questões compartilhadas pela sociedade brasileira, a ponto de incorporarem em seus roteiros certas demandas sociais concernentes a assuntos da esfera pública, atitude nomeada de *merchandising social*. Em seu artigo “Telenovela, entretener y educar”, Ayres(2009) discute este interessante entrelaçamento entre esfera pública e privada, entretenimento e educação, e conclui que

puede afirmarse que la telenovela es una herramienta para entretener y educar. Entretenimiento y educación no son excluyentes. Debe destacarse el potencial pedagógico de este tipo de producción. El hecho de ser un producto masivo hace de la telenovela una herramienta poderosa. Llega a todos los hogares, sin distinción de género o clase social, con una propuesta tentadora: *entretener*. Sin embargo, lo que a simple vista parece un divertimento puede llegar a educar sin que la persona se predisponga a ello. Nadie se sienta frente a un televisor para aprender a través de una telenovela; sí podrá hacerlo, por ejemplo, frente a un informativo o documental. Por lo tanto, la telenovela introduce en forma «encubierta» mensajes educativos en su texto, de modo de que el telespectador aprenda, muchas veces, casi inconscientemente. Esta es la intención del *merchandising social*: «presentar de un modo oculto al televidente, problemas trascendentes para la sociedad en la que está inmerso y se busca educarlo respecto a ellos (AYRES, 2009, p.65-66)

Portanto, esses produtos midiáticos acabam por apresentar um potencial de reforço ou rechaço a uma série de valores socialmente compartilhados. Desta forma, a novela pode construir, reforçar e também negar certos campos discursivos. Notar essa complexidade no meu objeto de estudo me assegurou um pouco mais do caminho que eu percorri de 2012 a 2014. Como pude começar a perceber tendo contato com a novela, este Carrossel, ao contrário do que o nome indica, não dá voltas em vão.

Assim, pude elencar as prioridades que guiaram a pesquisa, passo necessário para o estudo de um campo tão extenso como a relação entre mídia, infância, consumo papéis de gênero. O objetivo principal desta dissertação pôde, então ser definido: **investigar e comparar, de maneira crítica, quais concepções de infância, gênero e consumo reinam na novela Carrossel.** O consumo, como percebi com o contato com o campo, assim como a discussão sobre mídia, surgiram durante toda a pesquisa, sendo idiossincrasias que acompanham uma novela infantil transmitida pela TV aberta. É interessante perceber como estes dois termos “novela” e “infantil” acabam, desta forma, anunciando meu objetivo geral, pois a novela ainda é um produto midiático pensado para mulheres, e o termo “infantil” remete a uma noção específica, ainda que paradoxal, de infância, como poderemos ver no capítulo da dissertação referente à análise dos capítulos assistidos.

Estudar concepções de infância e gênero acaba por ser um objetivo com uma alta abstração, um carrossel repleto de voltas e curvas nem sempre circulares e estáveis. A fim de não perder o foco do objetivo geral da pesquisa, percebi a necessidade de elaborar perguntas norteadoras, com a função de delinear melhor os rumos da pesquisa e servir de faróis ao longo do caminho da pesquisa. Estas questões andaram em paralelo durante toda a pesquisa e análise, a saber:

Como é retratada a relação adulto-criança nos capítulos da novela? Existem diálogos e resoluções de conflitos intergeracionais?

Há alguma tentativa de problematização dos papéis de gênero apresentadas em Carrossel para além de oposições binárias (menino X menina)?

O planejamento e resolução de conflitos é o mesmo independente do gênero retratado?

Como se dá o diálogo entre os gêneros retratados na novela?

A estética da novela (figurino, enquadramentos, cenografia e sonoplastia) dialoga com qual(is) concepção(ões) de infância?

Tendo estas questões em mente, pude realizar a pesquisa com mais segurança, de maneira a não me perder na infinidade de

informações a respeito do tema que convivem nos meios teóricos e práticos que circundam e dão forma às novelas brasileiras. Penso, desta forma, ser possível estudar e tensionar processos gerais por meio de contextos específicos. Marília Cecília Góes, em seu texto de 2000, discute o conceito de Análise Microgenética na obra Vigotski, noção que me guiou ao longo da escrita da dissertação. Sobre a análise microgenética, diz a autora:

Essa análise não é micro porque se refere à curta duração dos eventos, mas sim por ser orientada para minúcias indiciais; daí resulta a necessidade de recortes num tempo que tende a ser restrito. É genética no sentido de ser histórica, por focalizar o movimento durante processos e relacionar condições passadas e presentes, tentando explorar aquilo que, no presente, está impregnado de projeção futura. É genética, como sociogenética, por buscar relacionar os eventos singulares com outros planos da cultura, das práticas sociais, dos discursos circulantes, das esferas institucionais. (GÓES, 2000, p.15)

O contato com novela Carrossel trouxe uma série de indícios sobre a maneira que se articulam o conteúdo e a forma de se fazer televisão infantil. A partir destes indícios foi possível fazer uma discussão sobre os processos de significação da infância presentes no Brasil atual, incluindo as dimensões do consumo e de gênero que perpassam estes processos. Também é possível pensar, como diz a autora, o presente impregnado, prenhe de projeções futuras, e desta forma tentar discutir a mídia brasileira contemporânea.

Como ficará claro no capítulo referente à análise, procurei estabelecer elos de sentido aos eventos ocorridos ao longo da trama de Carrossel. Desta forma, esta dissertação também acaba por ser uma narrativa, mas que busca fazer um movimento do singular ao universal e do universal ao singular, a fim de ser coerente com o referencial epistemológico apresentado pelos leitores atuais de Vigotski:

as formas de saber assumidas implicam uma atitude orientada para casos individuais, que devem ser reconstruídos, compreendidos por meio

de sinais, signos, pistas, indícios ou sintomas. Mas decifrar e ler pistas é estabelecer elos coerentes entre eventos e, por isso, o componente narrativo faz parte das interpretações indiciárias. Apesar de privilegiar o singular, não se abandona a ideia de totalidade, pois esse modelo epistemológico busca a interconexão de fenômenos, e não o indício no seu significado como conhecimento isolado. (GÓES, 2000 p.19)

Capítulo 03

A(S) CRIANÇA(S) E A MÍDIA

Neil Postman, em seu livro *O desaparecimento da infância* (1999) apresenta uma hipótese sobre o desaparecimento da infância, ligada à relação com a tecnologia que a humanidade tem desenvolvido. A obra de Neil Postman é uma das principais bibliografias utilizadas para pautar a ação de um dos maiores grupos preocupados com a discussão Infância e Publicidade atualmente. O livro “Infância e Consumo”, uma coletânea de artigos organizada pelo Instituto Alana, com a parceria da ANDI (Agência de Notícias do Direito da Infância) apresenta esta bibliografia em três dos onze artigos escritos, encontrados na primeira parte do livro e encarregados de apresentar o tema ao leitor. Postman também é bastante utilizado na esfera acadêmica, a fim de discutir a infância e sua relação com a mídia.

Arrisco dizer, todavia, que o autor perde um pouco de seu potencial crítico ao apresentar uma concepção de linguagem estruturalista, “dura”, assim como uma ideia repleta de julgamento de valor a respeito dos conceitos de família, sexualidade e, mais veladamente, de infância. Apresentar o homem como passivo frente à tecnologia criada pelo próprio homem desvela uma ideia de mão única na maneira do homem se relacionar com o mundo.

Seria possível estabelecer um diálogo com o autor pela sua minuciosa análise da infância enquanto construto social, assim como a preocupação em estudar os impactos da mídia na sociedade moderna. Todavia, sua maneira de justificar a tese apresentada no livro (que afirma que em uma sociedade sem segredos não é possível existir infância) apresenta afirmações teóricas muito fortes, ainda que pouco explicitadas ao longo do livro. Seria necessário discutir ponto por ponto onde tais disjunções aparecem, e não é esse o objetivo desta dissertação.

No Brasil, a crítica ao estilo de vida consumista costuma vir muitas vezes de leitores de autores de base materialista histórico-dialética, ou seja, que se propõem a discutir questões econômicas relacionadas à lógica capitalista presente na base da ideia de

consumismo¹², assim como a resistência e ressignificação de uma série de aparatos econômicos. A utilização deste livro de Postman, que apresenta uma base claramente cognitivista e estruturalista (correntes que não costumam andar junto à Teoria materialista histórico-dialética) pode demonstrar uma tendência interessante de discussão teórica por trás do tema Infância e Consumo.

As referências que encontrei que discutiam o tema de Infância, Consumo e Mídia diretamente deixam transparecer em seus argumentos variadas concepções de infância, assim como várias noções de mídia e, por sua vez, a relação das crianças com esta. As referências costumam variar, tendo um espectro que se polariza: ou existe uma completa influência da mídia sobre as crianças, como é colocado no livro de Postman (1999), ou existe a noção de que as crianças possuem uma grande capacidade de compreensão, reflexão e crítica frente a televisão.

Esse conflito de concepções deixou clara a necessidade de problematizar como se formou a própria noção de infância na sociedade ocidental. Antes de iniciar a análise dos papéis de gênero e concepções de infância presentes na novela Carrossel, uma pergunta se fez necessária: o que é ser criança na contemporaneidade? Manuel Jacinto Sarmiento, em seu texto de 2005, nos ajuda a responder esta questão. Ao discutir a infância, o autor escreve:

A infância é historicamente construída, a partir de um processo de longa duração que lhe atribuiu um estatuto social e que elaborou as bases ideológicas, normativas e referenciais do seu lugar na sociedade. Esse processo, para além de tenso e

¹²Trago como exemplo Freire Filho, que em seu artigo de 2003 reflete sobre o conceito de Sociedade do Espetáculo, de Guy Debord, aprofundando a discussão sobre os aspectos econômicos presentes na crítica midiática feita pelo autor francês. Diz Filho: "o espetáculo de que trata Debord deve ser compreendido como um desdobramento da abstração generalizada inerente ao funcionamento da ordem capitalista. Segundo Marx, a acumulação do dinheiro, quando supera um patamar qualitativo, se transforma em capital; segundo Debord, o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem."(p.38).

internamente contraditório, não se esgotou. É continuamente actualizado na prática social, nas interacções entre crianças e nas interacções entre crianças e adultos. Fazem parte do processo as variações demográficas, as relações económicas e os seus impactos diferenciados nos diferentes grupos etários e as políticas públicas, tanto quanto os dispositivos simbólicos, as práticas sociais e os estilos de vida de crianças e de adultos. A geração da infância está, por consequência, num processo contínuo de mudança, não apenas pela entrada e saída dos seus actores concretos, mas por efeito conjugado das acções internas e externas dos factores que a constroem e das dimensões de que se compõe.(SARMENTO, 2005, pp. 365-366)

Assim, para estudar a infância(s), mídia, consumo e concepções de gênero de maneira a fazer jus à ideia trazida por Sarmiento, faço uso da história social da infância e também da Sociologia da Infância enquanto referenciais teóricos que irão me ajudar no processo. Clássicos como Ariés(2011), em seu livro *História Social da Infância e da Família*, procuram fazer um trajeto da criança como categoria social, e de que maneira a gradual formação desta ideia na sociedade da época também foi essencial na modificação também na relação pais e filhos.

Podemos dizer que o aumento do período de formação da criança em adulto para além dos 07 (sete) anos, a chamada “Idade da Razão” na Idade Média, que definia o final da dependência biológica das crianças e o domínio da linguagem por elas, também complexificou o relacionamento dos pais com seus filhos. Ao se formar uma ideia de criança se forma, consequentemente, uma ideia de família.

A discussão a respeito de infância e consumo está surgindo e se solidificando no cenário brasileiro. Um dos aspectos importantes para o crescimento e fortalecimento destes movimentos de resistência é a crescente indignação com o aumento de investimentos no âmbito da publicidade voltada para crianças. Tanto em forma de comerciais nos intervalos dos programas quanto em outras estratégias publicitárias mais

sutis como o *merchandising*¹³, o investimento na área de publicidade infantil só aumenta, o que é colocado por Sampaio(2009) como aspecto cada vez mais preocupante da realidade:

Os personagens (Bob Esponja, Shrek, Mickey Mouse, etc.) e apresentadores (Xuxa, Eliana, Angélica, etc.), por intermédio da política de licenciamento, acompanham as crianças em suas refeições (achocolatados, cereais), na escola(cadernos, mochilas) e no lazer (*fast foods*, patrocínios de eventos culturais e esportivos), estando ainda presentes no vestuário infantil (roupas e adereços). O envolvimento das crianças nesta rede de consumo é deflagrado e reiterado mediante sua exposição sistemática às marcas, aos personagens e aos ídolos. Trata-se de uma intervenção sistêmica, em que as instituições e agentes do sistema publicitário promovem o envolvimento infantil com tais práticas. Compreendendo a sua condição privilegiada de consumidora atual, sua importância no processo de fidelização das marcas e o poder de influência da criança sobre as compras da família, a publicidade investe no uso da imagem infantil. O fato de uma criança ser sensível à interpelação de outra criança, ter um forte apelo emocional diante do adulto, colaborar para o rejuvenescimento das marcas e facilitar a aprovação de comerciais pelos anunciantes está entre os fatores destacados pelos próprios publicitários para explicar sua presença crescente nos comerciais. (p.15).

O aparecimento de grupos de discussão a respeito do tema, assim como a visibilidade do assunto dentro da própria mídia são fatores crescentes no cenário brasileiro, como discutido anteriormente. A

¹³ *Merchandising*, ou “*merchand*” é a prática de inserir no conteúdo dos programas televisivos produtos de alguma marca específica sem que fique clara a intenção publicitária na apresentação deste. Utiliza-se o vínculo afetivo formado entre apresentador ou personagem com o público para inserir o anúncio do produto.

problematização da questão da publicidade infantil traz a tona uma discussão mais profunda e antiga, que tem a ver com concepções diversas de infância, família, mídia e relação com o mundo. Em paralelo, também podemos perceber o aumento das vozes de atrizes muito estudadas, porém pouco escutadas, durante muito tempo. Com a popularização da internet grupos de mães e cuidadores tem se juntado e se feito ouvir, sendo a regulamentação da publicidade infantil uma das bandeiras e motivos para a existência deste “grito materno”¹⁴.

Pretendo ter sobre a infância um olhar desta enquanto categoria social, com implicações próprias e maneiras de socialização peculiares. Régina Sirota, em seu texto de 1998, faz um panorama sobre a insurgência da Infância enquanto objeto de estudo sociológico, e traz reflexões valiosas sobre o tema. Após revisar como surgiu o campo de estudos da infância, explicitando seus caminhos e rupturas tanto na sociedade acadêmica quanto a civil, a autora chega a uma sistematização dos estudos no campo, da qual acho importante frisar dois aspectos trazidos por ela:

- As crianças devem ser consideradas como atores em sentido pleno e não simplesmente como seres em devir. As crianças são ao mesmo tempo produtos e atores dos processos sociais. Trata-se de inverter a proposição clássica, não de discutir sobre o que produzem a escola, a família ou o Estado mas de indagar sobre o que a criança cria na intersecção de suas instâncias de socialização.
- A infância é uma variável da análise sociológica que se deve considerar em sentido pleno (Qvortrup, 1994), articulando-a às variáveis

¹⁴Trago como exemplo a descrição do grupo do facebook intitulado Infância livre de Consumismo: “Movimento de mães, pais e cidadãos inconformados com a publicidade dirigida às nossas crianças”. A página conta, nesta data, com 74,453 ‘curtidas’, e pode ser acessada no endereço eletrônico: <https://www.facebook.com/InfanciaLivredeConsumismo?fref=ts> (acesso em janeiro de 2014).

clássicas como a classe social, o gênero, ou o pertencimento Étnico. (SIROTA, 1998, p.19)

Escolhi frisar estes dois aspectos trazidos por Sirota porque, ao estudar uma mídia específica para as crianças, pretendi ter um olhar que dê conta desse espaço social que, mais do que ser ocupado pelas crianças, é também produzido por elas. Os processos de subjetivação que ocorrem ao entrar cotidianamente em contato com uma mídia como a novela Carrossel necessitam, a meu ver, de um olhar que considere a criança como ser no mundo, e não como um eterno vir-a-ser, projeto de um adulto. Levar em conta as peculiaridades do mundo infantil, enxergando a mídia destinada a elas como demarcação de uma cultura que é parte ativa de nossa sociedade é, penso, uma postura não só acadêmica como também ética:

Esse movimento científico não é independente do debate social que ocorre em torno dos direitos da criança. Marcado pela adoção da carta internacional dos direitos da criança de 1987, esse momento simboliza o acesso da criança, no final de uma longa história de emancipação, ao estatuto de sujeito e à dignidade da pessoa. (id, p.19)

Também a ascensão da questão “infância e publicidade” nos debates e nas políticas públicas (ou seu apelo a isso) tem demonstrado que a maneira de se enxergar algo que está posto há algumas décadas na televisão brasileira tem mudado. Eventos¹⁵ estão sendo feitos, livros escritos¹⁶ e discussões estabelecidas por todo o Brasil¹⁷ a respeito do

¹⁵Ocorreu recentemente um seminário internacional em Brasília sobre o tema. Do site: “O encontro é uma realização da ANDI - Comunicação e Direitos em parceria com a Secretaria Nacional de Promoção dos Direitos da Criança e do Adolescente (SNPDCA), da Secretaria de Direitos Humanos (SDH); a Secretaria Nacional de Justiça (SNJ), do Ministério da Justiça (MJ); e o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (Conanda), além de contar com o patrocínio da Petrobras e apoio da Fundação Ford.” Mais informações no endereço eletrônico <http://infanciaecomunicacao.andi.org.br/>

¹⁶SAMPAIO (2000), (2009); VASCO (2012); POSTMAN(1999); LINN (2013)

tema. Na própria televisão, a discussão de consumismo e educação, interface do tema infância e mídia, também apareceu no formato de *reality show*, em um programa intitulado “A verdade de cada um¹⁸”, que estreou em março de 2013 no canal fechado National Geographic.

Quais fatores levariam a discussão sobre infância e mídia a ganhar cada vez mais espaço? Rosemberg e Andrade(2007) discutem, em seu artigo *Infância na Mídia Brasileira e Ideologia* como os assuntos discutidos em políticas públicas apresentam critérios de visibilidade que vão além da gravidade do assunto. As autoras colocam que a

extensão e gravidade como indicadores objetivos são insuficientes para delimitar e hierarquizar uma questão como problema social. É necessário que a questão incite a atenção pública a partir da mobilização de atores (ou arenas) sociais que abracem a causa da resolução deste problema social. (ROSEMBERG e ANDRADE, 2007 p.282).

Ou seja, a atenção pública é também um fator essencial na tomada de decisões a respeito de um tema específico. Nota-se uma “hierarquização” de questões sociais, configurando-se uma arena de disputa por atenção, onde os lutadores seriam as mais diversas demandas advindas de problemas como, por exemplo, a violência urbana ou a corrupção. Esses problemas coexistem em sociedade, tendo por vezes maior ou menor atenção da mídia.

Rosemberg e Andrade(2007) também escrevem que apenas o reconhecimento e a delimitação de problemas sociais não abrangem toda

¹⁷“O procurador federal dos direitos do cidadão, Aurélio Rios, esteve ontem, 5 de março, no Congresso Nacional integrando o evento “Infância e Comunicação: Marcos Legais e Políticas Públicas“. A notícia pode ser encontrada no endereço eletrônico http://noticias.pgr.mpf.gov.br/noticias/noticias-do-site/copy_of_direitos-do-cidadao/no-congresso-nacional-pfdc-debate-comunicacao-e-direitos-da-infancia

¹⁸Mais informações sobre a série podem ser lidas no endereço eletrônico <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/70456-serie-documental-aborda-dois-lados-de-temas-polemicos.shtml>

a complexa teia de relações de poder por trás do próprio termo “problema social”. Um problema social dependeria também de um “mercado”, como colocam as autoras; ou seja, dependeria de agentes capazes de “dinamizar os mercados de trabalho e de consumo, via produção de mercadorias, de serviços e de bens simbólicos” (ROSEMBERG e ANDRADE, 2007, p.284).

Um dos principais juízes desta arena seria a mídia, ou seja, o acesso que se tem ao compartilhamento de informação pode definir o nascimento ou o esquecimento de um “problema social”. Isso não quer dizer que as condições materiais para o surgimento e a perpetuação de um problema específico deixem de existir, mas que a visibilidade de um tema faz a própria categoria “problema social” nascer e morrer diante dos olhos de um público receptor. A “disponibilidade de espaço (na mídia impressa) e tempo (na mídia audiovisual) é restrita e determinada, entre outras, por razões mercadológicas, políticas, posições institucionais, rotinas, competências e repertórios discursivos” (HILGARTNER e BOSK, *apud* ROSEMBERG e ANDRADE, 2007, p.285). Todavia, com a popularização e o aumento do acesso à informação que temos vivido nos últimos anos, esta disponibilidade de espaço e tempo a que se referem os autores tem ganhado novas facetas.

É no campo discursivo comum de que falam Rosemberg e Andrade que se insere a programação televisiva à qual olhei com mais profundidade. Campo este que é (re)significado, reforçado e posto em conflito pelos programas da televisão. A maneira como são pensados os programas, suas pausas, suas câmeras, a escolha dos atores, enfim, toda a dinâmica televisiva não só parte deste campo discursivo como também o constrói.

Considerar a mídia como um componente central na realidade nos ajuda a enxergar uma série de relações, tanto de recusa como afirmação de diferentes cargas simbólicas e afetivas, tanto no nível intrapessoal como no interpessoal. De acordo com Vigotski, as diferentes formas de constituição do sujeito se dão na relação entre estes dois níveis. É interessante perceber como a mídia transita entre os dois níveis, ainda que, em muitos trabalhos e leituras a respeito do tema o processo de mediação seja visto como no nível interpessoal.

Um bom exemplo da influência da mídia em instâncias amplas é a mudança de fluxo de valorização de determinados produtos e ações.

A troca de bens abstratos como 'espaço de marketing' em um meio de divulgação específico, como a televisão, dá uma ideia interessante sobre a dimensão da mídia no mundo em que vivemos. O fluxo de capital tem ficado cada vez mais complexo, e leva em conta uma série de variáveis afetadas diretamente pelos veículos comunicativos. A relação com as mídias (tradicionais ou não) são bons indicadores de novas políticas, possibilidades e limitações do capitalismo flexível. Nas palavras de Stuart Hall:

Hoje, a mídia sustenta os circuitos globais de trocas econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens, comércio de matéria prima e marketing de produtos e ideias (...)A mídia encurta a velocidade com que as imagens viajam, as distâncias para reunir bens, a taxa de realização de lucros (reduzindo o —tempo de *turn-over* do capital), e até mesmo os intervalos entre os tempos de abertura das diferentes Bolsas de Valores ao redor do mundo — espaços de minutos em que milhões de dólares podem ser ganhos ou perdidos. (HALL, 1997, p.2)

Não é o objetivo principal desta dissertação estudar especificamente a relação entre mídia e economia, mas penso ser importante frisar este aspecto para dar mais chão à discussão de concepções de infância e papel de gênero. Entender, ainda que brevemente, como mercados específicos de consumidores (muitas vezes divididos em oposições binárias de gênero) recebem incentivos fiscais, geram uma parcela interessante do lucro de uma série de empresas especializadas e acabam virando moeda de troca entre estas via mercado financeiro dá profundidade à discussão do tema, o que penso ser importante não perder de vista.

Postman (1999) defende a ideia de que todos os programas da televisão são “shows”, ou seja, que possuem um caráter de rápida transmissão de informação sem tempo para reflexão sobre elas. Como exemplo, ele propõe o exame da estrutura de um noticiário. O autor reflete que neste programa não existiria nenhuma relação entre as notícias, que a mesma música é utilizada para apresentar todas as

notícias (o que teria o mesmo efeito emocional no espectador independente do conteúdo veiculado) e que o tempo entre as notícias seria extremamente reduzido e sem um critério claro de escolha temática para a quantidade de tempo entre os blocos. Neste último caso, o autor cita o exemplo de uma notícia sobre futebol que tem quase o dobro de segundos do que uma notícia sobre um massacre no Afeganistão.

As propagandas entre os blocos do noticiário também flutuariam, de acordo com ele, de um modo “surreal”, pois se sai da notícia de uma guerra no Oriente para uma série de promessas de consumo baseadas no sonho americano, com “comerciais alegres, cheios de promessas de satisfação, segurança e, nos dois casos, prazer erótico” (POSTMAN, 1999, p.120). Assim, conclui o autor:

O que tudo isso significa é que um *show* de notícias de televisão é precisamente o que o seu nome indica. Um *show* é um entretenimento, um mundo de artifício e fantasia cuidadosamente montado para produzir uma determinada série de efeitos a fim de deixar a plateia rindo ou chorando ou estupefata. Esta é a finalidade de um *show* de notícias, e é conversa-fiada sustentar, como fazem os produtores quando aceitam seus prêmios Emmy, que o propósito de tais espetáculos é fazer com que o público seja bem informado. O efeito, sem dúvida, é trivializar a ideia do Homem Político para destruir a diferença entre a compreensão do adulto e da criança (POSTMAN, 1999, p. 121).

Jorge Larrosa Bondía (2002), ao discorrer sobre experiência e o saber da experiência, reflete sobre o papel da informação e sobre a maneira como ela é significada por quem a recebe. Roger Silverstone (2002) também relaciona a mídia à experiência, e escreve:

devemos estudar a mídia porque ela tem uma importância fundamental para a experiência. Ela anima, reflete e exprime a experiência, nossa experiência, dia após dia. Disse que tal estudo deve implicar uma concepção da mídia não como uma série de instituições, produtos ou tecnologias, mas como um processo, um processo de

mediação. A mídia se faz. Nós a fazemos. E ela é feita por nós. (SILVERSTONE, 2002, p.147)

É possível fazer um parâmetro com os escritos de Postman, pensando a relação com a informação feita por este autor e a descrita por Larrosa. Escreve o autor:

o periodismo não é outra coisa que a aliança perversa entre informação e opinião. O periodismo é a fabricação da informação e a fabricação da opinião. E quando a informação e a opinião se sacralizam, quando ocupam todo o espaço do acontecer, então o sujeito individual não é outra coisa que o suporte informado da opinião individual, e o sujeito coletivo, esse que teria de fazer a história segundo os velhos marxistas, não é outra coisa que o suporte informado da opinião pública. (LARROSA, 2002, p.22)

A trivialização do Homem Político citada por Postman também pode ser percebida nessa relação com a informação que Bondía denomina de periodismo. A personalização de notícias em âncoras carismáticos, a constante interrupção do fluxo de pensamentos do telespectador por comerciais e as outras características já citadas anteriormente indicam um alto teor de periodismo, ou seja, da fabricação de opiniões sacralizadas via a informação veiculada pela televisão. Essa leitura pode ser articulada com o texto de Rosemberg e Andrade ao pensarmos sobre em que tipo de campo discursivo a televisão se encaixa e como o influencia.

Postman continua sua análise sobre a programação exibida na televisão, discorrendo sobre os comerciais. O autor diz que se tem uma junção entre o Homem Comercial e o Homem Religioso, pois, de acordo com ele, a maneira que se dá o discurso das propagandas é religiosa. Diz o autor que os comerciais:

não usam proposições para persuadir; usam imagens visuais, como para todas as outras finalidades. Essa linguagem, da maneira como é usada, é altamente emotiva e só raramente arrisca

afirmações verificáveis. Portanto, os comerciais não são susceptíveis de análise lógica, não são refutáveis e, claro, prescindem de avaliação por um sofisticado julgamento adulto. (POSTMAN, 1999, p.122).

Desta forma, os comerciais comunicariam, via a indução emocional tanto para adultos quanto para crianças, um problema grave e a solução para este problema, que seria materializada no produto oferecido. A publicidade ofereceria também o que Postman chama de uma “promessa de paraíso” após o uso deste produto. Esta seria a estrutura religiosa básica dos comerciais de Televisão. “Não são fatos oferecidos aos consumidores, mas ídolos, aos quais tanto os adultos quanto as crianças podem se ligar com igual devoção e sem o fardo da lógica ou da verificação.” (POSTMAN, 1999, p.122).

As pesquisas realizadas no campo de mídia, como a de Rosemberg e Andrade(2007), visam perceber e problematizar este campo discursivo muitas vezes naturalizado na experiência de assistir televisão. Sabemos que o campo da mídia é muito mais extenso do que apenas a televisão, mas a alta abrangência deste veículo midiático justifica uma análise mais aprofundada dos conteúdos televisivos. Os estudos supracitados são importantes para perceber de que maneira se relacionam na sociedade os termos vistos na mídia de alta veiculação, a atitude pública diante dos problemas a que estes termos remetem, e também as mudanças nas características deste campo discursivo que compõe a intrincada teia de relações entre infância, mídia, consumo e papéis de gênero.

É importante frisar que o público receptor das formas simbólicas propostas pela mídia, com a utilização de uma retórica específica, não seriam os espectadores e leitores comuns, apesar destes estarem intimamente ligados no processo comunicativo. As autoras fazem a distinção levando em conta atitudes governamentais baseadas nestes receptores:

No caso da mídia no contexto da construção de problemas sociais, os receptores são os “fazedores de opinião” (os *claims makers*), as **pessoas que ocupam posições institucionais** capazes de ser ouvidas, de influenciar na elaboração de

orçamento, negociar com legisladores, pautar uma questão, quem sabe, no Jornal Nacional ou na Folha de S.Paulo. (ROSEMBERG e ANDRADE, 2007, p.288 – grifo meu);

Ou seja, de acordo com as autoras, a propagação das formas simbólicas seria em grande parte feita por este diálogo e troca com o que elas chamam de “fazedores de opinião”. Desconstrói-se então a noção do senso comum de que a televisão seria regulada pela opinião das massas, e apenas transmitiria o que elas desejam ver, justificativa muitas vezes usada para eximir os donos das emissoras de TV da responsabilidade sobre o conteúdo programático exibido. A televisão e a produção de sua grade de programas se encaixa na ampla discussão sobre mídia e significação simbólica.

Rosemberg e Andrade(2007) também entram na discussão da criação do estigma relativo a uma categoria específica analisada na mídia impressa, a de “meninos de rua”. Para justificar a aproximação do conceito de estigma com o estudo realizado, dizem as autoras:

A literatura sobre a construção de problemas sociais aponta a rotulação ou categorização como um dos eixos fundamentais para apreender-se a retórica. Assinala-se a frouxidão conceitual, o uso de categorias “saco de gatos” (*catch-all*) sob um rótulo comum (BEST, 1998; LAHIRE, 2005; ANDRADE, 2004). Foi a análise da delimitação, conceituação, nomeação e explicação do problema social “meninos de rua” que nos permitiu apreender uma das vias de produção do estigma. (ROSEMBERG E ANDRADE, 2007, p.291).

3.1 As meninas na/da TV: uma breve discussão de gênero

Neste momento da dissertação, penso que é pertinente deixar claro que a maneira que tenho pensado mídia e infância se articula com uma série de aspectos da realidade, sendo uma relação repleta das mais diversas vozes sociais. Como meu recorte inclui a noção de gênero, faz-

se necessária aqui a reflexão sobre este conceito, que perpassa tanto as noções de infância quanto de mídia estudadas.

De acordo com Joan Scott(1990), o gênero seria uma *categoria útil de análise histórica*, ou seja, seria um conceito imbricado histórica e socialmente e, portanto recheado de significados sociais. Para a autora, o conceito de gênero seria “um de elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é um modo de dar significação às relações de poder (p.14)”. Desta forma, pensar gênero culmina em reflexões mais amplas que apenas as diferenças biológicas notadas entre homens e mulheres. O gênero colocaria em evidência “as interpretações do sentido dos símbolos, que se esforçam para limitar e conter suas possibilidades metafóricas (p.14)”, ou seja, por meio do estudo de noções de gênero expressas na mídia é possível ter pistas de como tem se dado as configurações simbólicas na sociedade em que vivemos.

Fúlvia Rosemberg, em seu artigo de 1996, faz uma crítica à ideia propagada por vários teóricos de que a criança só é produzida no seio familiar. Escreve ela:

Gilligan, Chodorow, Rubin, e outras tantas teóricas do gênero, adotam o mesmo modelo psicanalítico de centração da compreensão da identidade de gênero na relação mãe-filho, mãe-filha, como se na família se sediasse toda a dinâmica psicológica das crianças, como se a partir da primeira infância outras instituições não fossem indicadas pela hierarquia de gênero (construídas por e marcando adolescentes e adultos), e como se toda dinâmica psicológica das crianças se esgotasse na família, sempre em uma relação etariamente assimétrica. (p.21)

Rosemberg continua a discussão, escrevendo como esta atitude teórica reduz o olhar sobre a criança, e esclarece que o conceito de gênero combinaria com uma visão mais complexa do humano:

Assim, deixa-se de buscar o significado dos comportamentos e características da criança em suas implicações para a vida adulta atual e se passa a considerá-los como parte de um sistema adaptado às necessidades de cada fase, que são

também, social e historicamente construídas: pelos adultos e pelas próprias crianças que vivem novas infâncias. (p.21-22)

A desconsideração de outras instâncias de sociabilidade, como escola e grupos de pares empobreceria a análise e discussão de gênero. Incluo também nas instâncias a serem consideradas os muitos momentos passados na frente da televisão. Quando Scott(1990) traz uma ideia mais ampla do conceito de gênero, pode-se articular seus argumentos com os de Rosemberg, pois traz a amplitude do conceito, presente em praticamente todas as instâncias de relações sociais. O gênero, para Scott(1990), “se articula e é articulado politicamente, com referência às instituições e à organização social (p.15)”. Ao considerar a complexa teia social em que se insere a mídia, penso que refletir sobre relações de gênero na televisão possui um potencial político e crítico muito rico.

Isto posto, é possível articular esta discussão com o tema de minha dissertação e costurar algumas questões a partir da articulação da ideia de estigma já apresentada no texto de Rosemberg e Andrade (2007): até que ponto a publicidade infantil, juntamente com a programação veiculada, não corrobora com a estigmatização de outra categoria, a de “meninas consumidoras”? De que maneira é delimitado, conceituado, nomeado e explicado em suas formas discursivas o “ser menina” atrelado ao consumo de materiais específicos? E ainda, quais fatores influenciariam o campo discursivo tendo em vista o recorte de gênero e etário?

Um dos cuidados que procurei tomar ao longo desta aproximação teórica foi ler também trabalhos teóricos que observassem a maneira como se significa a mídia apresentada, no caso, às crianças. No mesmo sentido da pesquisa de Rosemberg e Andrade(2007) Rosália Duarte, Leite e Migliora(2006) trazem a reflexão a respeito da produção de sentidos no ato de assistir televisão. Em seu artigo *Crianças e televisão: os que elas pensam sobre o que aprendem com a tevê*, as autoras trazem o que chamo de “relação de volta” dos espectadores diante de um meio de comunicação (no caso, a mídia televisiva), e colocam a comunicação como complexa entre os atores do processo comunicativo, não sendo uma via de mão única:

Nesse processo, o sentido das mensagens não é construído de forma unidirecional – da mídia para o sujeito –, mas na relação entre o universo

particular do sujeito e os produtos da mídia. Entendemos que o receptor não é passivo, ele participa da produção de sentido dentro de uma lógica cultural e lida com as possibilidades que essa cultura lhe abre (ou limita) para construir significados. (DUARTE, LEITE e MIGLIORA, 2006, p.497)

As autoras trazem a necessidade de “resgatar os modos de réplica do espectador” (idem,p.498), que seriam a maneira de reposicionar a decodificação dos processos de comunicação do interior dos atores, ou da ação direta em que ocorrem tais processos para a cultura e dos conflitos que ela participa e produz. Os espectadores não são vistos, então, como inertes e passivos, e apesar de sofrerem grande influência da mídia seriam capazes de se posicionar e interpretar de acordo com a sua noção de mundo o que lhes é exposto pelos meios de comunicação. Partindo da ideia de que crianças são sujeitos no mundo e, ainda que em formação, tem sua maneira de ressignificar o que lhes é apresentado, é possível vislumbrar o seu ato de assistir televisão de uma maneira mais complexa.

Rosália Duarte, Leite e Migliora(2006) continuam a explicitar o tipo de leitor envolvido no contato com as mídias audiovisuais, afirmando que um leitor ativo (conceito de Silverstone, 2002) não necessariamente necessita de uma atenção constante e focada no que está sendo transmitido, possuindo uma atenção variável de acordo com a programação exibida. Ao invés do termo leitura, as autoras se referem ao “ato de espetatura”, conceito cunhado pelo semiótico canadense Martin Lefebvre(1997), em substituição ao conceito de leitura, para pensar a relação que o espectador estabelece com o produto audiovisual. Este ato não seria criativo ou racional o tempo todo, o que seria uma impossibilidade frente ao fluxo constante de informação e conteúdo exibido nas mídias audiovisuais. Isso quer dizer que o espectador possuiria diferentes graus de relação com a TV.

As autoras se propõem também a perceber nuances no processo de assistir televisão que possibilitam ir além de uma noção moralizante e retrógrada a respeito dos meios de comunicação. Obviamente, é necessário frisar que em momento algum a pesquisa qualitativa sobre produção de sentido a respeito de um meio comunicativo prescinde de

um diálogo com a base histórica e o reconhecimento do poder de criar, reforçar ou rebater ideologias existentes na mídia. Todavia, o estudo qualitativo aparece como uma visão de sujeito (no caso, as crianças espectadoras) como possível ator no processo, o que ajuda a evitar uma postura de vitimização que acaba sendo violenta com as próprias crianças, pois propaga a ideia de criança sempre enquanto porvir e nunca como sujeitos no mundo de fato. Carmen Rial (2004) escreve sobre esta postura acadêmica de “mão única” frente à mídia:

A facilidade de relativização que demonstram ao refletirem sobre gostos, práticas sociais e representações de camadas subalternas desaparece num primeiro momento, quando se focaliza os programas populares na televisão. Não se trata apenas de considerá-los esteticamente ruins, adotando como critério de julgamento os seus próprios valores, o que seria uma postura meramente etnocêntrica e em alguma medida saudável: posso gostar mais da comida da minha infância, sim, do que a servida em outra casa, mas, além disto, de considerá-los nefastos socialmente. Ou seja, trata-se de atribuir uma agência a estes programas populares, uma capacidade própria aos sujeitos e a qual os objetos, em princípio, estariam destituídos – no caso, a capacidade de agir sobre as mentes dos indivíduos que os assistem-, influenciando-os negativamente, tornando-os mais violentos ou discriminatórios. Conseqüência lógica, os sujeitos que assistem a estes programas são pensados assim como desprovidos eles mesmos de agência, de poder de escolha: são vítimas indigentes da poderosa mídia. E as crianças, então... A censura chega ser evocada como uma possibilidade. (RIAL, 2004, pp.7-8)

Percebendo as estratégias de contato com a mídia é possível pensar não só como são influenciadas nossas crianças, mas também como resistem, e por que, 14 anos depois da escrita do livro de Postman, e no auge da era da informação, a infância ainda não desapareceu como categoria de referência social. Cristiana de Campos e Solange Jobim e

Souza fazem uma leitura interessante dos escritos de Postman em seu artigo de 2003, buscando refletir sobre a infância e questionando sobre o que seria a infância hoje, e também se o próprio conceito de infância não estaria obsoleto. Para isso, as autoras trazem falas de entrevistas feitas com pais, professores e adolescentes, a fim de ser possível olhar para as vozes sociais incluídas no conceito de infância.

Podemos notar em todas as falas trazidas no artigo a referência a esse período da vida humana, ainda que em sua maioria elas tragam dúvidas e questionamentos sobre como proceder diante das mudanças sociais que temos vivido. Os adultos de hoje apresentariam dificuldades em lidar com essa infância em mutação:

Em um curto espaço de tempo, mudanças rápidas e bruscas aconteceram no contexto em que vivemos. As novas tecnologias, o consumo e a influência da mídia marcam, modelam e constroem as subjetividades contemporâneas. Se, por um lado, os adultos romperam com a rigidez da educação à qual foram submetidos, por outro, na tentativa de se adaptarem ao mundo atual, sentem-se, por vezes, inseguros quanto à forma de agir com os filhos, apresentando dificuldades em lidar com conflitos. (CAMPOS e JOBIM E SOUZA, 2003, p.20)

Todavia, as autoras chamam a atenção sobre um indicativo de consenso dos entrevistados quanto ao papel da mídia, central na formação das crianças:

Controvérsias à parte, de uma forma geral a opinião de pais, professores e adolescentes coincide em uma questão: identifica uma forte influência da mídia (e, para alguns, dos jogos eletrônicos também) na construção de valores e na internalização destes pelos sujeitos. Observam que os valores que têm sido veiculados pela mídia, muitas vezes, não se coadunam com os que a família e a escola consideram como “legítimos” e que devem ser passados às crianças e adolescentes. (CAMPOS E JOBIM E SOUZA, 2003, p.16)

Outro consenso que percebi ao ler o material que discute infância, mídia e gênero foi o uso da pesquisa qualitativa para a investigação do tema. Partindo do pressuposto de que o ser humano em suas relações é complexo e rico, o uso desta postura epistemológica se justifica. Se pretendo discutir e elaborar esta teia de conceitos intercalados na contemporaneidade, a pesquisa qualitativa surge, então, como uma postura científica coerente.

Mesmo o meu foco principal não sendo a recepção de um programa de TV, a ideia de produção de sentidos aparece como ferramenta capaz de enriquecer o debate que pretendo fazer na dissertação. Duarte, Leite e Migliora(2006) apresentam uma interessante discussão a respeito da relação criança e mídia, e estabelecem objetivos para deixar claro algumas características importantes a serem levadas em conta no estudo do tema. Para estudar a produção de sentido de crianças e jovens frente à mídia, elas se propõem a:

analisar, descrever e compreender: a) como crianças e jovens dão sentido ao conteúdo dos produtos audiovisuais aos quais têm acesso regular; b) como se estruturam os esquemas de significação de que fazem uso para se apropriar do conteúdo desses produtos; c) como percebem valores veiculados ali e como os articulam aos seus pressupostos; d) como a produção audiovisual participa da construção de suas identidades (culturais, sociais, sexuais, de gênero). (DUARTE; LEITE; MIGLIORA, 2006, p.499).

De acordo com Martin-Barbero (2001), citado por Duarte *et all*, a televisão “ocupa um lugar estratégico na dinâmica da cultura cotidiana das maiorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades (p.503)”. As crianças pesquisadas por Duarte, Leite e Migliora (2006) deram a entender que o maior aprendizado com a televisão tem a ver com valores, com concepções normativas de conduta que atravessam de forma mais ou menos explícita certos programas da grade televisiva. De acordo com Martin-Barbero:

Em sociedades como a nossa, as mídias atuam como campo de problematização moral, participando da construção e veiculação de guias

de valor, definidos por Puig(1998) como produtos culturais ou realidades informativo-significativas que modelam e orientam as formas de vida e a convivência dos indivíduos e grupos em uma dada sociedade. No entanto, ao contrário do que se pensa, a atuação das mídias nesse processo não é mais poderosa do que a dos demais espaços de mesma natureza, pois, embora sejam apresentados de forma mais atraente e sedutora, os guias de valor veiculados em narrativas televisivas (ficcionais ou não) são os mesmos que circulam pelas demais instâncias da sociedade (MARTIN-BARBERO apud DUARTE *et alli*, 2006, p.506).

Assim, as próprias crianças perceberiam, em algum grau, o papel da televisão na criação e propagação de guias de valor. Mas, ao mesmo tempo, existiria um campo mais amplo de moralidade na sociedade em que vivemos em que essa percepção e as significações advindas dela encontrariam eco. Apesar de se utilizarem as mais diferentes e eficientes estratégias de sedução, as mídias audiovisuais precisariam também de um respaldo simbólico nos usos e costumes em que tanto a mídia quanto os espectadores se produzem. Podemos falar de uma distinção teórica grande nos estudos (e militância) a respeito do tema infância e consumo. Ao mesmo tempo em que percebemos certa consonância a respeito da importância do tema “mídia e infância” na academia, nota-se a presença de outra concepção de infância quando o assunto é a militância. Os grupos de pais têm exigido atitudes claras (e por vezes extremas) do governo brasileiro a respeito da mídia voltada para crianças.

A rápida e cada vez mais eficiente comunicação via internet tem possibilitado notar uma distinção a respeito da autonomia infantil frente às mídias audiovisuais. A publicação do livro “Infância e Consumo”, organizado por Inês Sampaio em 2009 é um dos frutos dessa discussão cada vez mais forte no Brasil.

Capítulo 04

EMBARQUE NESTE CARROSSEL: IMPLICAÇÕES E POSSIBILIDADES METODOLÓGICAS

A ideia de discutir de que maneira determinadas concepções de infância se reafirmam ou enfraquecem e como os papéis clássicos de gênero aparecem nos interstícios midiáticos parece ambiciosa, dada a abrangência dos temas e a pluralidade de áreas que se interpenetram nele. Busquei, ao longo da pesquisa e da escrita desta dissertação, ter em mente que os autores que têm me guiado ao longo do caminho possuem uma noção de ciência que não parte do pressuposto de se colocar num lugar de criadora de verdades, mas sim de questionamentos e reflexões, buscando mais compreender do que explicar os fenômenos estudados. Faraco (2009, p. 43) coloca que, para Bakhtin, “a compreensão aponta para o possível, porque é uma operação sobre o significado que, sendo em grande parte efeito da interação, do encontro de cosmo-visões e orientações axiológicas, envolve sempre uma dimensão de pluralidade”.

Os conceitos de Bakhtin foram utilizados de maneira a guiar o horizonte desta pesquisa, e suas noções a respeito de enunciado, polifonia e dialogismo acabam por estar espalhados ao longo da escrita desta dissertação, o que considero a maneira mais prudente de utilizar tal referencial teórico. De acordo com Brait(2003),

Assim voltamos, para finalizar, à ideia de que, para Bakhtin, não há possibilidade de pura e simplesmente operacionalizar conceitos preestabelecidos, na medida em que não acreditava que fosse essa a função das Ciências Humanas, aí incluídos os estudos da linguagem. Seu pensamento, como atitude diante do conhecimento, significa um contato dialógico com o *corpus* selecionado, um *continuum* cujo acabamento, mesmo que visível, é sempre inconcluso, participa de uma dinâmica permanente que interroga permanentemente o analista e o obriga a buscar, até mesmo em outras disciplinas, conceitos, noções, que possam ajudar na análise da complexa relação existente entre as atividades

humanas e as atividades discursivas a elas afeitas. A ideia de utilizar, no sentido de tornar útil para a aplicação, noções ou conceitos advindos das análises bakhtinianas precisa necessariamente ser modalizada, na medida em que o conjunto forma uma rede na qual, por exemplo, dificilmente se poderia dissociar gênero de pluringuismo ou mesmo de palavra. Sem dúvida, seja qual for o lugar assumido para olhar o pensamento bakhtiniano, a ideia do diálogo, enquanto estrutura enunciativa e enquanto forma dialógica constitutiva da existência das atividades de linguagem, atravessa o campo de visão e desdobra possibilidades do ver, incluindo incessantemente a história e a memória na cena de produção de sentidos e seus efeitos. (BRAIT, B. 2003, p.28-29)

Busquei me afastar da uma abordagem metodológica que encarasse a mídia apenas como um instrumento de evolução de uma “sociedade de massa”. Como diz Hall(2010): “Só aqueles que acreditavam na existência de um conjunto de fatos dado e incontestável, imaculado pelo arcabouço da teoria na qual foram identificados, capaz de ser submetido à verificação empírica de acordo com um método científico universal, esperariam que assim o fosse.(p.283)”.

Assim, penso ser possível tratar, sempre de maneira cuidadosa, algumas das várias nuances do real com as quais entrei contato ao longo destes dois anos de mestrado. Pensei o(s) fenômeno(s) presentes na novela Carrossel tanto com relação à “organização das atividades, instituições, e relações culturais na sociedade”(p.1), o que Hall(1997) chama de “aspecto substantivo” como também o que o autor chama de aspecto epistemológico, ou seja, “à posição da cultura em relação às questões de conhecimento e conceitualização, em como a cultura é usada para transformar nossa compreensão, explicação e modelos teóricos do mundo.” (p.1).

Desta forma, diferentemente de tentar achar as intenções por trás da novela Carrossel, nesta pesquisa busquei investigar e discutir quais são os principais indícios de concepções de infância, gênero e consumo que circulam e entram em tensão ou acordo ao longo dos capítulos. A maneira como são filmadas as cenas, a escolha de atores, a

música e sonoplastia tocadas em cada momento da exibição, como é feita a divisão dos blocos e os núcleos que apresentam claramente *merchandising* e *product placement* são alguns dos aspectos que me saltaram aos olhos no período em que reservei para assistir à novela infantil. Com vários exemplos de estereótipos, cenas jocosas e jogos semânticos relacionados a gênero e consumo, cada capítulo forneceu bastante material para a análise.

Procurei me aproximar da programação em seu “estado natural”, ou seja, assisti às novelas em tempo real, mesmo existindo o recurso de assistir aos capítulos via internet¹⁹. Penso que me aproximei do campo de maneira coerente com o referencial epistemológico já apresentado, no qual um dos pressupostos é a não neutralidade do pesquisador. Tendo em vista o que Santos (1987) Coloca como “paradigma emergente”, é possível pensar nas características locais que dão base para esta pesquisa, sem perder de foco a totalidade de que também fala o autor. A relação com a realidade neste paradigma apresenta reverberações que podem ser vistas, por exemplo, na maneira a ser feita a coleta dos dados.

A ciência do paradigma emergente, sendo, como deixei dito acima, assumidamente analógica, é também assumidamente tradutora, ou seja, incentiva os conceitos e as teorias desenvolvidos localmente a emigrarem para outros lugares cognitivos, de modo a poderem ser utilizados fora do seu contexto de origem. (SANTOS, 1989, p. 77).

A criação das categorias de análise, portanto, será baseada em critérios de relevância relativos ao tema e no diálogo com a rede intertextual sobre o assunto. Estas características da coleta de dados aparecem como focos principais do período de aproximação e

¹⁹ A equipe do SBT disponibiliza, no dia posterior à veiculação da novela, os capítulos para serem assistidos na íntegra pela internet, no endereço eletrônico <http://www.sbt.com.br/carrossel/videos/> . Após o encerramento da novela, entretanto, os vídeos foram tirados do site da emissora.

delineamento do tema de pesquisa, não com a intenção de uniformizar os resultados encontrados, mas sim de permitir o diálogo com a realidade por meio da análise das condições de surgimento, manutenção e desaparecimento²⁰ de um fenômeno como a programação infantil específica para crianças.

Pretendo enxergar os capítulos da novela Carrossel como enunciados de um texto, que se apresentam polissemicamente frente a um público receptor. Pensando nos conceitos apresentados por Mikhail Bakhtin, em especial o conceito de polifonia, penso ser possível explorar uma das facetas presentes nesta arena de vozes também conhecidas como novelas brasileiras. Importante lembrar que maleabilidade de meu objeto de estudo é consonante à noção de pesquisa qualitativa em ciências Humanas. Marília Amorim, em seu artigo de 2002, discute aspectos importantes dessa abordagem teórica e suas implicações na pesquisa. Escreve a autora:

Parece-me que a grande contribuição da abordagem polifônica em Ciências Humanas consiste em tornar problemática toda ilusão de transparência de um texto de pesquisa. Há sempre uma espessura e uma instabilidade que se devem levar em conta e que remetem à própria espessura e instabilidade do objeto e do saber que estão se tecendo no texto. Objeto que não pára nunca de se mexer, a cada vez que dele se fala, assim como um caleidoscópio. (AMORIM, 2002 p.11)

A bela metáfora do texto de uma pesquisa enquanto caleidoscópio cria uma imagem interessante, a meu ver. Independente do tema específico de estudo, os enunciados presentes nos textos estudados em ciências humanas são compostos de várias partes que se constroem mutuamente uma imagem multicolorida, dependente também

²⁰ Desde o dia 25 de junho de 2012, a Rede Globo de Televisão não apresenta mais programação voltada para crianças durante a semana, alegando que os programas infantis não geram retorno de audiência e de lucratividade com marketing. Fonte: <http://www.anmtv.xpg.com.br/rede-globo-programacao-infantil-deixa-grade-diarria-a-partir-desta-segunda/>

da mão que gira o brinquedo e do olho que se posiciona na frente do visor.

Amorim também discorre sobre o papel das múltiplas vozes e silêncios nas ciências humanas, e argumenta:

essa teoria das vozes constitui-se para mim um sistema de categorias de análise com o qual se torna possível uma leitura crítica dos textos em Ciências Humanas. Essa leitura analítica visa a identificar quais são as vozes que se deixam ouvir no texto, em que lugares é possível ouvi-las e quais são as vozes ausentes. Não se trata de um trabalho de análise lingüística ou literária, mas de uma tentativa de identificar os limites, os impasses e a riqueza do pensamento e do saber que são postos em cena no texto. Preocupação epistemológica, mas também ético-política, na medida em que alguns textos de pesquisa nos dão a perceber a relação entre o pesquisador e o seu outro num contexto cuja dimensão política se impõe a qualquer reflexão. (AMORIM, 2002 p.8)

Isto posto, a escolha de aproximação do campo por meio da etnografia se junta à pesquisa de maneira consonante, pois faz jus à ideia de diálogo entre diversas áreas do conhecimento, sem pretensão de verdade. De acordo com Rial,

a etnografia, mais do que qualquer outro método, apresenta a capacidade de revelar os ‘espaços sociais’ da televisão, a etnografia (de tela ou de audiência) sendo assumida aqui como uma prática de trabalho de campo, fundada em uma prática de coleta e análise de dados extensa e longa, que permite aos pesquisadores atingirem um grau elevado de compreensão do grupo social ou do texto estudado, mantendo uma reflexividade. (...) A etnografia de tela, (...) é uma metodologia que transporta para o estudo do texto da mídia procedimentos próprios da pesquisa antropológica, como a longa imersão do pesquisador no campo (no caso, em frente à televisão), a observação sistemática e o seu registro metódico em caderno de

campo, etc; outras próprias da crítica cinematográfica (análise de planos, de movimentos de câmera, de opções de montagem, enfim, da linguagem cinematográfica e suas significações) e outras próprias da análise de discurso. (RIAL, 2004, p. 30-31)

Desta maneira, optei por utilizar o método de etnografia de tela, e registrar num diário de campo a experiência de ver televisão. Escolhi o período de festas de final de ano, sem especificar anteriormente quantos dias eu passaria em frente a tela. A escolha deste período de tempo específico se deu pelo fato deles abarcarem um período de grande “potencial consumista” (o Natal) ao mesmo tempo em que coincide com um período em que aumenta o público espectador infantil (as férias escolares). O período de campo se estendeu da segunda semana de dezembro de 2012 até a segunda semana de janeiro de 2013, totalizando em cerca de 15 horas de gravação. Encerrei a coleta dos dados quando percebi que vários eixos temáticos abordados no período observado se encerravam, e que havia uma repetição dos aspectos mais relevantes que surgiram ao longo da observação.

Durante a gravação de cada capítulo mantive um diário de campo, assim como a anotação de todas as propagandas veiculadas nos intervalos do programa. Este material coletado, assim como as impressões anotadas no diário de campo, foram o ponto de partida para a sistematização dos dados e a análise posterior.

Em seu livro “O Brasil Antenado: a Sociedade da Novela, Esther Hamburguer(2005) apresenta a ideia de que as novelas brasileiras seriam *comunidades imaginárias*, compartilhadas por diferentes classes sociais, idades e sexualidades, No caso de Carrossel, a comunidade que compartilha os significados transmitidos ainda é muito centrada na idade escolar, em especial das séries iniciais até o 5º ou 6º ano. Contudo, há em Carrossel indícios de um compartilhamento de gerações do espaço frente à tela nas maiores caricaturas de consumo presentes na peça; em especial o *merchandising* de produtos voltados para o público adulto²¹. A maioria dos produtos anunciados são, por exemplo, cosméticos, purificadores de ar e sabonetes antibacterianos. Também o teor da maior parte das peças publicitárias nos intervalos entre os blocos do programa eram voltadas para o público adulto: lojas de departamento, supermercados e propagandas de carro, sendo poucas, comparativamente, as propagandas de brinquedos e alimentos voltados especificamente para o público infantil. Também as chamadas constantes dos outros programas da rede SBT durante o intervalo comercial (jornal de notícias, programas de auditório explicitamente adultos e novelas com censura maior que 12 anos) indicam que Carrossel, de alguma forma, tem um público mais misto do que se imagina.

Penso ser possível fazer a análise e reflexão também do roteiro, partindo do conhecimento acumulado a respeito deste fruto cultural brasileiro. Hamburguer(2005), em diálogo com uma série de pesquisas a respeito de telenovelas brasileiras e quem as assiste, nos ajuda a começar a entender a maneira como o público de novelas significa o que

²¹Importante frisar que a seleção do tipo de produto, assim como os atores que veiculam os anúncios dentro dos blocos da novela também possui uma discussão política interessante: a partir do dia 1º de março de 2014, passarão a valer as novas regras estabelecidas pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária, que dizem respeito à publicidade destinada a crianças, em especial o *merchandising* e o *product placement*. Mais informações no endereço eletrônico: <http://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/noticias/2013/01/31/Conar-vetara-merchandising-para-criancas.html> (acesso em janeiro de 2014).

lhes é apresentado, o que a autora chama de “relação pedagógica” com a televisão:

Pesquisas de campo já mencionadas, realizadas em São Paulo, Montes Claros e Macambira confirmam a existência dessa relação pedagógica com a televisão. Os telespectadores acreditam que aprendem enquanto assistem novelas porque esses programas trazem novas informações e/ou legitimam debates polêmicos sobre temas tabus. Com efeito, as novelas, apesar de reiterarem uma mesma estrutura e gramática, detêm a capacidade de surpreender seus telespectadores com formas e conteúdos com os quais não estão familiarizados (HAMBURGUER, 2005 p.79)

Percebi na novela valores que são consoantes aos de sua primeira versão televisiva, gravada nos anos 60 e 70: papéis femininos centrados no cuidado com estética, lar e intrigas amorosas, a homoafetividade como tabu invisível, marcado apenas de maneira cômica ou carregada de valores negativos, nas raras vezes em que isso ocorre. Além da manutenção de estereótipos muito bem conhecidos, penso que este 'cuidado temático' tem em muito relação com uma certa concepção de infância específica, em que existe uma inocência (ignorância) a ser protegida, o que é feito via invisibilidade de uma série de temas, atitudes ou conflitos relacionais. Esta consonância entre as temáticas e a maneira como são apresentados e resolvidos os conflitos tanto nas primeiras versões da novela quanto nesta versão mais recente demonstra a longa vida de certos modelos de entretenimento, que acabam por se embasar em valores rígidos e em uma noção de mundo que não mudou muito ao longo das décadas.

A manutenção de recursos estilísticos do melodrama em Carrossel acaba por aproximá-la das novelas mexicanas, por mais que a novela tenha sido gravada em português, com atores brasileiros.

A oposição entre o “novelão mexicano”, cuja estrutura seria melodramática, e a “novela brasileira”, que seria realista, aberta ao diálogo coloquial, à filmagem em locação, às tensões sociais da vida contemporânea, se impõe no final

dos anos 1960 como desdobramento de tensões em vigor desde o início da década. Os termos dessa discussão superestimam a diferença entre as produções brasileiras e latino-americanas, na medida em que desconsideram a permanência da estrutura melodramática nos títulos brasileiros. Indicam, no entanto, uma diferenciação estilística, especialmente no que se refere à situação das tramas em espaços significativos do território brasileiro e no tempo contemporâneo. Títulos latino-americanos procuravam justamente se distanciar no tempo e no espaço justamente para evitar tratar de assuntos que ecoassem conflitos pertencentes ao universo do cotidiano dos telespectadores e/ou específicos a um país. (HAMBURGUER, 2011, p.68)

Como as crianças brasileiras poderiam então se identificar com a novela, como fica claro nos altos índices alcançados durante sua exibição? Ao contrário das novelas analisadas por Esther Hamburger, que possuíam um público-alvo a partir dos 15 anos, Carrossel possui “elementos aglutinadores” em sua narrativa: um espaço de convivência comum e central (escola), ao contrário dos diferentes cenários, que muitas vezes não se encontram, entre os núcleos das novelas da Globo estudadas pela autora. Há também um tema recorrente, muitas vezes compartilhado por todos os personagens, elaborando ganchos temáticos que recuperam a narrativa ao longo dos capítulos. Curiosamente, dois dos temas recorrentes na novela são o “ser criança”, e o “ser menino e ser menina”, como poderemos ver na análise dos capítulos.

Possuir um público-alvo específico não quer necessariamente dizer que exista uma consonância entre o que se imagina na produção e o que acontece na frente da tela. Na busca por indícios culturais em peças representações midiáticas, mais do que as tendências mais amplas de consumo e produção de peças de entretenimento como as novelas, cabe também a observação das sutilezas e marcas de desvio possíveis de serem vistas, o que pode ser observado em vários elementos, como as peças publicitárias presentes na obra e nos intervalos comerciais, os elementos técnicos de filmagem, os recursos de narrativa e até a própria vinheta de abertura, quando articulados com a discussão sobre mídia, representações midiáticas e papéis de gênero.

Assim, a fim de enriquecer esta pesquisa e refletir sobre o consumo na novela Carrossel, pude fazer uma breve análise das propagandas veiculadas nos intervalos da novela, utilizando os dados relativos ao tema obtidos não só durante os capítulos como também em seus intervalos comerciais.

4.1 Os giros publicitários no intervalo de Carrossel

Desde o início desta pesquisa, tive em mente que meu objeto de análise ia além dos capítulos da novela. Cada capítulo de Carrossel agrega em si mais do que a trama propriamente dita, visto que os capítulos possuem três blocos de intervalo, cada qual com cerca de 7 minutos, totalizando em média 21 minutos dos 50, em média, referentes à exibição de cada capítulo. Desta forma, visando levar em conta o grande tempo gasto pelo SBT em intervalos publicitários, estabeleci como um dos procedimentos de produção dos dados desta pesquisa a anotação e sistematização das propagandas exibidas nos intervalos da novela Carrossel.

Após a anotação dos dados, criei categorias a fim de perceber indícios de qual público os anunciantes que pagam espaços nos intervalos se dirigiam, procurando indicativos de quais as principais marcas patrocinavam a novela e de que maneira estas marcas buscam a fidelização aos seus respectivos produtos. Considerando o objetivo geral desta dissertação (tensionar os indícios de variadas concepções de infância, gênero e consumo que convivem na novela e em seus intervalos comerciais), busquei averiguar qual concepção ou concepções de infância era possível identificar nas peças publicitárias exibidas.

Levei em conta a ordem em que apareciam os comerciais, o tempo de duração de cada um, as características regionais (meu campo se constituiu em Florianópolis e em Brasília), os referenciais estéticos de cada peça, assim como a temática dos programas anunciados e o tipo de produto de cada comercial. Conte as propagandas tendo por base as chamadas de cada produto e programa anunciado, dividindo-as de acordo com mudanças de tema e da maneira de apresentar cada informação.

Para a criação das categorias, levei em conta a idade dos atores envolvidos em cada peça (crianças ou adultos), a presença ou não de características específicas do universo infantil (animação, personagens antropomórficos), o tempo de veiculação das propagandas, a paleta de cores escolhida pelos publicitários e a censura dos programas anunciados. Desta forma, pude perceber alguns aspectos relevantes a partir da sistematização encontrada na tabela abaixo. Desta forma, pude elaborar critérios e dividi-los por cor, a fim de facilitar a organização e análise posterior.

Coloquei em **amarelo** as propagandas anunciadas *por* adultos e *para* adultos, com estética condizente. Um bom exemplo são as chamadas das Casas Bahia, um dos principais patrocinadores da novela, que em sua maioria mostravam brinquedos masculinos, femininos e unissex com seu preço a prazo, sem a presença de atores infantojuvenis e sem animações. Por mais que os produtos anunciados por vezes fossem infantis, eles eram apresentados da mesma maneira que itens alimentícios e móveis.

Em **laranja**, selecionei as chamadas publicitárias de produtos ou programas destinados a adultos, mas que utilizam elementos infantis, como animações, atores crianças ou personagens de outros programas para criança (desenhos animados ou celebridades mirins, por exemplo). Em sua maioria, as propagandas em laranja eram de produtos de manejo exclusivamente adulto (como produtos de limpeza), que utilizavam animações em sua chamada, assim como programas da emissora com censura a partir de 16 anos anunciados com músicas e animações tipicamente infantis.

A cor **azul** foi destinada a propagandas de produtos destinados ao público-alvo infantil, com estética condizente. Um bom exemplo é a bebida láctea “Chamyto”, produzido pela multinacional Nestlé, outra grande patrocinadora da novela. Distribuída em pequenas embalagens, esta bebida era anunciada *por* crianças e *para* crianças, em um espaço tipicamente infantil como o pátio de uma escola fictícia.

Destaquei em **verde** o anúncio de produtos com público-alvo não definido por faixa etária, ou seja, realizadas de maneira a ser o mais abrangente possível. Estas propagandas giravam em torno da chamada de programas do próprio SBT, com classificação livre (Cine Família, programas de música, contagem dos dias que faltavam para o ano novo

etc). Estas chamadas em verde não frisavam comportamentos ou produtos específicos para crianças ou adultos, e na maior parte das vezes apresentavam a informação sem o uso da figura humana. A maioria das chamadas era feita com letras em movimento, sobre um fundo colorido. Um bom exemplo é a chamada SBT #compartilhe, com o logo da emissora feito em animação, se dirigindo em direção ao espectador, uma clara referência da emissora à rede social *twitter*²².

Em **vermelho** destaquei as propagandas de produtos destinados a crianças apresentados com estética adulta, em especial lojas de roupas femininas infantis.

Dia	Amarelo	Laranja	Azul	Verde	Vermelho	Total
17/12	17/47 (36%)	5/47 (10,6%)	9/47 (19,1%)	16/47 (34,0%)	-	47 (100%)
18/12	12/36 (33,3%)	8/36 (22,2%)	10/36 (27,7%)	5/36 (13,8%)	1/36 (2,7%)	36 (100%)
19/12	16/48 (33,3%)	7/48 (14,5%)	9/48 (18,7%)	14/48 (29,1%)	2/48 (4,1%)	48 (100%)

²²Twitter é uma rede social de compartilhamento de informações textuais com no máximo 140 caracteres. O símbolo # (nomeado *hashtag*) é utilizado a fim de organizar os assuntos das mensagens curtas (nomeadas *tweets*). Mais informações sobre o Twitter e uma interessante discussão sobre este novo meio de comunicação podem ser lidas no artigo de Cristiane Dias e Olivia Ferreira do Couto, intitulado “As redes sociais na divulgação e formação do sujeito do conhecimento: compartilhamento e produção através da circulação de ideias.”, disponível no endereço eletrônico http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1518-76322011000300009&lng=en&nrm=iso (acesso em janeiro de 2014)

20/12	18/44 (40,9%))	6/44 (13,6%))	9/44 (20,4%))	9/44 (20,4%))	2/44 (4,5%))	44 (100%))
21/12	27/47 (57,4)	2/47 (4,2%)	6/47 (12,7%))	10/47 (21,2%))	2/47 (4,2%)	47 (100%))
26/12	17/39 (43,5%))	7/39 (17,9%))	6/39 (15,3%))	8/39 (20,5%))	1/39 (2,5%)	39 (100%))
27/12	16/33 (48,4%))	5/33 (15,1%))	7/33 (21,2%))	5/33 (15,1%))	-	33 (100%))
28/12	20/39 (51,2%))	3/39 (7,6%)	6/39 (15,3%))	10/39 (25,6%))	-	39 (100%))
01/01	6/15 (40%)	4/15 (26,6%))	1/15 (6,6%))	4/15 (26,6%))	-	15 (segundo bloco apenas) (100%))
02/01	11/36 (30,5%))	5/36 (13,8%))	4/36 (11,1%))	16/36 (44,4%))	-	36 (100%))
04/01	15/30 (50%)	4/30 (13,%)	3/30 (10%)	8/30 (26,6%))	-	30 (100%))
08/01	15/33 (45,4%))	5/33 (15,1%))	5/33 (15,1%))	8/33 (24,2%))	-	33 (100%))
09/01	17/37 (45,9%))	6/37 (16,2%))	2/37 (5,4%))	11/37 (29,7%))	1/37 (2,7%)	37 (100%))

10/01	14/32 (43,7%))	3/32 (9,3%))	7/32 (21,8%))	8/32 (25%))	-	32 (100%))
11/01	21/34 (61,7%))	5/34 (14,7%))	3/34 (8,8%))	5/34 (14,7%))	-	34 (100%))
TOTAL PARCIAL POR CATEGORIA	Amarelo	Laranja	Azul	Verde	Vermelho	TOTAL GERAL EM 15 DIAS
	242 (44%)	75 (13,6%)	87 (15,8%)	137 (24,9%)	9 (1,6%)	550 (100%)

Tabela 2: sistematização das propagandas registradas no intervalo, usando os critérios explicados acima

Como podemos perceber, além da alta quantidade e frequência das propagandas exibidas (550 peças em apenas 15 dias), as propagandas caracterizadas em amarelo (feitas por adultos e para adultos) excedem em cerca de 29% as outras propagandas, com exceção das em verde, que caracterizam peças publicitárias sem uma clara divisão etária em seu conteúdo e forma. Esta evidenciação confirmou, novamente, a complexidade presente no universo da novela e suas propagandas. Quando iniciei a anotação sistemática e tabulação das peças publicitárias, esperava a presença massiva de propagandas feitas por crianças (atores mirins) e para crianças (produtos e estética comuns ao universo infantil). Todavia, esta discrepância das minhas expectativas como pesquisadora e o que realmente apareceu no campo revelou a necessidade de reservar um tempo para análise da tabela que se encontra acima. O que quer dizer quase a metade das peças publicitárias transmitidas no intervalo de uma novela infantil ser voltada para adultos?

Refletir sobre alguns aspectos, levando em conta os critérios feitos após a sistematização dos dados também guiou a análise das cenas dentro da própria novela. Penso ser importante frisar que meu objetivo

geral não é a generalização destas reflexões, visto que meus critérios de análise e classificação foram qualitativos e baseados na experiência etnográfica de sentar em frente a tela da televisão. Entretanto, os indícios encontrados ao entrar em contato com as propagandas da novela *Carrossel* durante as 15 horas de gravação fizeram ser possível perceber alguns aspectos interessantes que corroboraram para a elaboração desta pesquisa, a saber:

O público da novela Carrossel possui um caráter intergeracional

Por mais que a novela *Carrossel* seja explicitamente infantil, sendo assim categorizadas no site do SBT e nos outros espaços de mídia que a citam, notei indícios, em seu espaço publicitário, de que adultos também fazem parte do público da novela, se levarmos em conta a quem as propagandas de seu intervalo se dirigem. A utilização de aspectos simbólicos próprios do mundo infantil, tanto em quesitos linguísticos como a utilização de signos específicos ao universo adulto indicam a possibilidade da existência de um público telespectador mais variado do que pensa o senso comum.

A quantidade significativa de propagandas voltadas especificamente para adultos (44% do total), tanto com relação à temática e ao tipo de produto anunciado (carros, motos, bancos, sabonetes antibacterianos) é um indício significativo de qual público pode estar na frente da televisão quando começa o programa. Também percebi que o tipo de produto anunciado gira, em sua maioria, em torno de utilidades domésticas e grandes redes de supermercado e de varejo de móveis e eletrodomésticos, sendo uma destas redes a principal patrocinadora da novela *Carrossel*, e a que mais teve espaço publicitário no período observado.

Esta característica condiz com o recorte econômico e de gênero apresentado na fundamentação teórica desta dissertação (o público imaginado ao se produzir uma novela ainda são mulheres), visto que, de acordo com o censo feito pelo IBGE em 2010, as mulheres ocupam, em grande número, o papel de principais provedoras de recursos nas casas²³.

²³Em dez anos, mulheres responsáveis pela família passam de 22,2% para 37,3% (...). Nesses dez anos, houve um aumento de famílias tendo a mulher

Este contexto possível também é reforçado pelas constantes chamadas para os programas destinados a adultos (jornal de notícias, filmes e programas de auditório com temáticas explicitamente adultas), que se repetem com frequência nos intervalos de uma novela infantil.

Todavia, este possível encontro de gerações não necessariamente implica em uma troca de experiências entre quem se posiciona na frente do aparelho. A distância geracional vai além do fator cronológico, e implica em modos de existência distintos, o que muitas vezes explicita que existe mais silêncio que diálogo entre avós, pais e filhos. Martin-Barbero (2004) reflete sobre esta característica da relação adulto-criança, ao mesmo tempo em que deixa claro o empobrecimento das experiências trocadas e a perda da valorização da memória compartilhada entre crianças e adultos mais velhos. Esta generalização por idade é chamada de *etarismo*²⁴.

Outro aspecto a ser considerado é o que dá base para a famosa expressão “televisão, a babá eletrônica”, ou seja, o papel do aparelho em entreter (e, de alguma maneira, supervisionar) as crianças enquanto os pais tratam de outros assuntos familiares e domésticos, preparam as refeições ou discutem assuntos referentes ao universo adulto. A televisão acaba estando presente não só na vida das crianças que assistem a novela voltada para elas, mas também na vida de quem com elas convivem fora do espaço escolar, que também estão expostos à pesada carga publicitária nos intervalos. De um modo focado ou difuso

como responsável (de 22,2% para 37,3%), inclusive em presença de cônjuge (de 19,5% para 46,4%), contra o decréscimo de 77,8% para 62,7% no caso de homem responsável. Também houve queda no percentual de homens responsáveis em domicílios com presença de cônjuge, de 95,3% para 92,2%.
Fonte: <http://censo2010.ibge.gov.br> (acesso em dezembro de 2013)

²⁴Etarismo ó edadismo: (*ageism*), prejuicio o discriminación com respecto a la edad como si fuera por sí sola explicación suficiente del comportamiento y de la experiencia social. Ejemplo: .irresponsable porque es joven.; .sabio porque es viejo.. (p.185)

na lida entre uma atividade ou outra da casa, os cuidadores acabam sendo envolvidos com a informação publicitária.

Pensando na família como um dos núcleos da sociedade do capital, o consumo está presente nesta instituição desde muito cedo, e é possível começar a traçar um paralelo entre criança e consumo como também definidor da vida adulta. O potencial de fidelização de marcas, quando inseridas desde cedo na vida de um consumidor, é grande. Inês Sampaio, em seu livro *Televisão, Publicidade e Infância* (2000) traz dados interessantes sobre esta reflexão:

O reconhecimento da participação destacada de criança no mercado de consumo brasileiro impulsiona sua maior visibilidade na mídia. A criança é mais interpelada pela publicidade que reconhece: 1) a sua condição privilegiada de consumidor atual, com um poder razoável de decisão sobre as compras de artigos infantis; 2) de consumidor do futuro, a ser precocemente cortejado tendo em vista o processo de fidelização da marca; e 3) o seu poder de influência sobre itens de consumo da família. (p.152).

A autora continua sua reflexão, falando sobre o forte apelo de garotos e garotas propagandas não só nos produtos destinados ao público infantil, mas também ao público adulto:

Nos depoimentos dos publicitários, a opção pela presença de crianças em comerciais é assim fundamentada: 1) a criança ouve outra criança, ou seja, ela é particularmente sensível à interpelação de outra criança; 2) a criança tem um forte apelo emocional ou, nas palavras do criativo, ela tem um “apelo mágico” que emociona o adulto e o sensibiliza; 3) a criança pode contribuir para o rejuvenescimento da marca; 4) a criança tem empatia com os anunciantes, favorecendo a aprovação dos comerciais. (SAMPAIO, 2000, p.152).

Desta maneira, podemos perceber como esta dupla audiência (infantil e adulta) a quem se dirige a publicidade na novela Carrossel

acaba sendo parte do cotidiano familiar de seus telespectadores. Por mais que o programa tenha um público específico, temos uma convivência de gerações tanto dentro da tela da TV como diante dela. Esta escolha das companhias de publicidade brasileiras não é aleatória, e reforça a ideia da multiplicidade de fatores envolvidos na produção, divulgação e distribuição das novelas, produtos midiáticos que acompanham a vida dos brasileiros há tanto tempo.

Diferentes concepções de infância e idade adulta coexistem nos intervalos da novela Carrossel

Pude perceber, por meio da reflexão a respeito da estética utilizada nas propagandas, que a “criança ideal” a quem os comerciais se dirigem no intervalo de Carrossel é imaginada de diferentes maneiras. Ao mesmo tempo em que características do universo infantil são retratadas por signos já conhecidos (referências ao mundo da fantasia e imaginação, uso de personagens e celebridades de programas infantis nos anúncios, etc), os comerciais também utilizam de linguagem adulta e de aspectos relativos à vida adulta pra se comunicar com seus telespectadores mirins.

Ao anunciar uma bicicleta com música, cores e animações, mas informando o preço a prazo, os comerciais atingem tanto adultos como crianças e borram as fronteiras de separação entre os dois. Também foi possível perceber a utilização de um figurino adulto (vestidos de gala, salto alto, maquiagem e ternos são bons exemplos que pude observar) em comerciais para crianças, . A vestimenta dos garotos e garotas-propaganda e os cenários de alguns comerciais veiculados apresentam características que, por muito tempo, se referiram ao universo adulto e não ao infantil. Isto revela um paradoxo interessante: ao mesmo tempo em que se exalta o “ser criança” em vários momentos dos capítulos da novela, os telespectadores de Carrossel assistem a muitas propagandas que não deixam claro o que é ser adulto e o que é ser criança. A falta de uso de características simbólicas que definam idade em 24,9% das propagandas também indica esta ‘fronteira borrada’ a que me refiro. Esta coexistência de concepções de criança e de adulto também foi uma das principais características percebidas ao longo dos capítulos da novela.

4.2 Análise dos Capítulos da Novela Carrossel

Diana Rose, em seu texto de 2000, esclarece que a análise de imagens em movimento, em especial a análise da televisão, inclui “transladar”, ou seja, decidir sobre quais cenas, movimentos e características serão escolhidas e quais serão deixadas de lado quando se tem como objeto imagens em movimento. De acordo com a autora, “Cada traslado implica em decisões e escolhas. Existirão sempre alternativas viáveis às escolhas concretas feitas, e o que é deixado de fora é tão importante quanto o que está presente (p.343)”. Tendo isto em mente, escolhi analisar algumas horas das 15 de gravação produzidas durante a coleta dos dados, as dividindo em cenas.

A escolha pela transcrição e descrição de cada cena terá por base o referencial teórico já explicitado anteriormente. Não pretendo, portanto, transcrever os capítulos da novela Carrossel como simples espelhos do que foi assistido, pois são duas linguagens diferentes entre as quais tentei produzir um diálogo interessante. Como escreve a autora, os “processos de traslado não dão origem a simples cópias, mas levam, interativamente, à produção de um novo resultado” (p.344).

Os critérios que levei em conta para a escolha dos excertos a serem analisados foram:

- fala explícita a respeito de relações de gênero, realizada tanto por personagens adultos como crianças;
- fala explícita a respeito da definição do que é “ser criança”, tanto por personagens adultos como crianças;
- fala explícita ou implícita a respeito de relações de consumo;
- utilização de recursos visuais (jogo de câmera, cor e iluminação) a fim de intensificar algum conflito ou resolução deste.

Para a análise, estabeleci uma unidade baseada no ambiente físico em que se encontram os personagens de cada cena. A respeito da criação de unidades de análise, faço coro aos escritos de Maria Cecília

Góes, em seu texto de 2000. Analisando o método esboçado por Vigotski, a autora escreve:

Vygotsky (1987a) contrapõe-se à análise por elementos, propondo a busca de uma análise por unidades e definindo a unidade como aquela instância de recorte que conserva as propriedades do todo que se pretende investigar. Alega que essa noção é mais apropriada porque, diferentemente do elemento, a unidade é o componente vivo do todo. (GÓES, 2000 p.14)

Desta forma, a unidade de análise que escolhi foi uma cena em algum lugar específico (casa, sala de aula, pátio da escola, escritório), o que inclui as tomadas de câmera naquele local e a especificidade temática (discussão de uma festa a ser realizada na escola, dúvidas em sala de aula, conflitos amorosos entre os personagens, etc). Quando ocorria a mudança de setting de gravação, iniciava-se outra unidade de análise. Optei por não registrar as pausas e hesitações no discurso dos personagens, pois penso que a principal carga simbólica exibida na tela se dá via recursos não verbais, em especial o tempo de cada tomada, o enquadramento, o foco, os sons e as músicas envolvidos no processo.

CAPÍTULO 05

SAINDO DESTE CARROSSEL: POSSÍVEL(IS) ANÁLISE(S)

Para desenvolver a análise das cenas, me baseei no método utilizado por Melina Ayres, em sua dissertação de 2009. A autora desenvolveu um método de análise de telejornais latino-americanos, “com o intuito de examinar de forma integrada o plano da imagem, o plano sonoro e sua combinação audiovisual.” A fim de atingir este intuito, a autora estabeleceu critérios de análise da imagem e do som, que optei por adaptar e utilizar na análise das cenas que escolhi na novela.

Os critérios de análise da imagem foram divididos, portanto, em enquadramento, movimento e videografismo. O enquadramento, como o nome indica, é o que se situa dentro de um quadro da cena, pode ser dividido em vários tipos de plano. Ayres (2009) esclarece cada um dos planos:

O enquadramento determina-se, segundo Álvarez (1988), a partir do espaço *in presentia*, em outras palavras, o enquadramento é tudo que aparece no espaço delimitado pela tela. Esse espaço classifica-se em: Plano Geral (PG), que permite visualização panorâmica do ambiente; Plano Conjunto (PC), que também é um plano aberto, porém, com visualização mais próxima da cena, em que o ator ou atores aparecem de corpo inteiro, é um pouco menor do que PG e destaca um elemento do conjunto; Plano Americano (PA), que permite observar detalhes ainda mais nítidos, pois mostra o ator dos joelhos para cima; Plano Médio (PM), em que a aproximação ao objeto permite observar as expressões dos atores; *close-up*, que destaca o rosto do ator ou um detalhe do objeto; e, finalmente, Plano de Detalhe (PD), que faz aproximação ainda maior e mais dramática do objeto. (AYRES, 2009, p.50-51)

Os movimentos de imagem são percebidos pela mudança das imagens exibidas, o que usualmente é efetuado pelo movimento físico da câmera ou de suas lentes. Este recurso não foi percebido em quase

nenhuma cena da novela, sendo mais comuns em filmes e documentários. Os videografismos são, como escreve Ayres (2009), “elementos utilizados para dar identidade ao programa”. Os principais e recorrentes elementos de videografismos em Carrossel as animações entre uma cena e outra, a vinheta de abertura e a vinheta de encerramento.

Outro critério de análise das imagens exibidas são os cenários, que ajudam a compor simbolicamente o espaço retratado em questão. Em Carrossel há a repetição dos cenários, que são familiares ao espectador. Isto se dá pela arquitetura do local, as cores e móveis escolhidos e também pelos personagens coadjuvantes que ajudam a compor a cena.

O figurino das personagens também comunica os jogos simbólicos e acaba por reforçar suas características de personalidade. Mesmo em espaços como a escola, em que os alunos possuem um código de uniforme, existem pequenas customizações em cada personagem que também chamam à análise. Desta maneira, os critérios para a análise de imagem podem ser vistos na tabela abaixo:

Imagem	Enquadramento (PG, PC, PA, PM, <i>close-up</i> , PD)
	Movimento
	Videografismo
	Cenário
	Figurino

Tabela 3: Critérios para análise de imagem

Outro aspecto que compôs minha análise foi o som presente nos capítulos da novela, em especial o tipo de música e sonoplastia que acompanham cada cena ou personagens, recurso utilizado a fim de intensificar, reforçar ou ironizar algum acontecimento ou personagem.

A escolha das cenas apresentadas a seguir se deu de acordo com os critérios já apresentados (fala explícita, jogos de câmera, sonoplastia e música). Busquei, no capítulo analisados, escolher também cenas cuja temática principal do capítulo se apresente, de maneira a manter a coesão temática e facilitar o entendimento do leitor. As cenas são apresentadas em ordem cronológica, e por muitas vezes reforçam o conflito posto no capítulo.

O capítulo que escolhi para análise gira em torno do conflito de Mário, um dos personagens principais de Carrossel. Mário possui um cachorro chamado Rabito, que se machucou em capítulos anteriores. O cão está em recuperação, e a Professora Helena se propõe a cuidar dele para acelerar o processo. Mário aceita a ajuda, mas, após conversar com as meninas de sua escola, em especial Maria Joaquina, é convencido da necessidade de dar algum presente de retribuição para a professora. O logo da emissora, vestido com um gorro de natal, fica presente no canto inferior da tela durante todo o capítulo e durante todos os capítulos assistidos durante a coleta de dados.

CENA 1 [18/12/2012]

Espaço: pátio da escola

Horário: momento da saída.

A cena inicia com um plano médio, com o foco alternando entre a personagem que está falando em primeiro plano (Maria Joaquina) e Marcelina, que observa, com uma feição séria, a fala de Maria Joaquina. A música tensa desde o início, e que perdura ao longo da cena inteira anuncia que a questão apresentada irá se desdobrar de alguma forma ao longo do capítulo.

Personagens: Maria Joaquina, Marcelina e Mário. As duas meninas estão em pé, e Mário sentado no banco da escola. O plano é médio e música é de tensão.

Maria Joaquina se dirige a Mário, que havia perguntado, no capítulo anterior, qual tipo de presente “você mulheres” gostam de ganhar. A câmera filma Maria Joaquina em primeiro plano, e o foco se alterna

entre o rosto de Maria Joaquina e o da Menina, que está posicionada um pouco atrás de Maria Joaquina. O foco, ao final da fala de Maria Joaquina, se mantém no rosto de Marcelina, que exibe feições sérias, o que deixa a voz de Maria Joaquina de plano de fundo para as feições sérias da amiga.

[MJ] Tipo um anel de brilhante, um brinco, um colar, tipo uma jóia, entendeu

A câmera dá um *close-up* no rosto de Mário, que é o único personagem sentado no banco.

[Mário] Mas como você quer que eu dê um presente tão caro para a professora Helena?

Câmera mantém o *close-up*, mostrando o rosto de Mário enquanto ele faz a pergunta a Maria Joaquina.

[MJ] Isso é problema seu, não meu. Eu só tô te dando essa dica porque a gente não pode ser mal- agradecido com os outros (*cruza os braços*).

Mudança de câmera e de plano: a filmagem agora tem os personagens centralizados, e é feita de um ângulo inferior, como se a câmera estivesse no chão. O Plano Conjunto (PC) mostra as duas meninas e Mário, sentado no banco. A Professora Helena entra em cena, interrompendo a conversa e qualquer possível resposta de Mário a Maria Joaquina. Interessante notar que, devido ao ângulo da câmera, todos os personagens ficam do mesmo tamanho, tanto a professora (adulta) como as crianças.

[PH] Vamos, Mário?

[Mário] Vamos sim.

[PH] Tchau meninas, até amanhã.

[MJ] Tchau professora.

[Marcelina] Até amanhã.

Mudança de plano, que passa a ser médio agora, mostrando o torso e rosto das duas meninas no pátio da escola. A música de tensão apresentada na primeira fala de Maria Joaquina fica mais alta novamente, apesar de não ter deixado de tocar em nenhum momento da cena. O foco da câmera se alterna entre os rostos das duas personagens, seguindo o movimento do diálogo (a personagem que fala é focalizada)

[Marcelina] que nada a ver você falar pro Mário que ele devia dar um presente caro pra professora Helena. Você sabe que a família dele é bem humilde.

[MJ] eu só falei o que eu gostaria de ganhar. E o mínimo que o Mário podia fazer era retribuir o favor que a professora Helena fez pra ele.

[Marcelina] é , mas pra agradecer não precisa tanto. As vezes basta uma florzinha ou um abraço de gratidão.

Marcelina sai do pátio, e a câmera, filmando de baixo, continua em Maria Joaquina, que se move e assume a posição central no enquadramento (meio da cena), enquanto ironiza com a fala de Marcelina.

[MJ] Uma florzinha. Um abraço...Nhenhené, nhenhené. (*cruza os braços e bate o pé*)

A música de tensão chega ao seu ápice, e apresenta um dedilhado de violão, que marca o final da cena. A próxima cena é anunciada por uma animação 3d de lápis de cor girando.

O espaço, na maior parte da cena, é compartilhado pelas três meninas no banco do pátio da escola. Assim que a personagem Maria Joaquina é deixada sozinha no banco, ela se posiciona centralmente, ocupando a posição principal no cenário, que faz jus ao papel da personagem ao longo do capítulo,



Posicionamento compartilhado do cenário e angulação inferior da câmera



Posicionamento central da personagem, com a mesma angulação. A utilização da mochila também ajuda a ocupar o espaço, centralizando a personagem.

CENA 2 (retomada do conflito inicial de Mário)

Espaço: corredor da escola, perto da sala de aula

Horário: não definido, mas dá a entender que é durante o intervalo. Uma das meninas carrega uma mochila.

Após a marcação de tempo feita por uma animação de um sol e de uma lua sorridentes, inicia-se a cena, no corredor da escola. O plano é Conjunto (PC), e mostra Mário sentado em um banco. Duas meninas se aproximam dele, Marcelina e Carmen. Começa a tocar uma música triste, e Marcelina senta ao lado de Mário no banco do corredor. Há um *close-up* dela, que se dirige a Mário e pergunta.

[Marcelina] O Rabito (cachorro) melhorou, Mário?

close-up em Mário

[Mário] Aham. Ele já tá comendo mais (a música continua).

Plano médio na menina de óculos

[Carmen] Por que você tá tão tristonho?

close-up em Mário

[Mário] Nada. Eu só tô pensando.

Plano médio em Carmen, que continua em pé

[Mário] O que vocês mulheres gostam de ganhar de presente?

[Carmen] (*sorriso*) Ah, toda mulher gosta de ganhar flores e chocolates.

close-up em Marcelina, que sorri, concordando. *Close* em Carmen, que revira os olhos e afirma:

[Carmen] Mas os dois são caríssimos.

close-up em Mário

[Mário] É, bem que eu imaginei.

close-up em Carmen

[Carmen] Você precisa dar um presente pra alguém?

close-up em Mário

[Mário] É...é pra Professora Helena. Ela me ajudou a cuidar do Rabito.

Close up oem Carmen, seguido de *close-up* em Marcelina, que está sentada ao lado de Mário

[Marcelina]Não se preocupa com isso, Mário. A professora Helena cuidou do Rabito sem querer nada em troca.Foi de graça, e de todo coração.

[Mário] Eu sei, mas eu não quero parecer mal-agradecido. Eu quero dar um presente pra professora Helena que ela goste muito.

close-up em Marcelina, seguido por Plano Médio em Carmen, que suspira. Aumento música triste que embala a cena.

CENA 3

Espaço: pátio do recreio

Horário: recreio

Esta cena acontece em seguida à cena do corredor, sendo anunciada pela mudança de espaço e de plano. Em vez de planos médios e *close-ups*, a cena parte de um Plano Conjunto (PC), retratando as crianças durante o intervalo. No centro da tela estão cinco personagens, três delas em primeiro plano pulando corda. São elas: Professora Helena, Alicia e Maria Joaquina. Em segunda plano estão Laura e Valéria, que assistem à brincadeira e ajudam a cantar a música que embala as batidas da corda. O plano se alterna entre um plano médio em Alicia, que está pulando (ainda mostrando uma parte da arquibancada do pátio, com outras crianças conversando e lanchando) e o plano conjunto que mostra com mais detalhes quem está batendo e pulando a corda. Cinco câmeras são utilizadas nessa cena, e alternam de acordo com o que está acontecendo, como veremos a seguir.



Primeira câmera e plano conjunto mostrando a brincadeira no pátio



Segunda Câmera e plano conjunto da arquibancada no recreio



Terceira câmera e plano conjunto mostrando a brincadeira no pátio

[todas, cantando] Um homem bateu em minha porta e eu abri. Senhoras e senhores, põe a mão no chão. Senhoras e senhores, pulem de um pé só. Senhoras e senhores, dê uma rodadinha.

Após esta parte da música cantada pelas personagens, vemos que há uma dupla de professores assistindo à brincadeira: o professor de música Professor Renê e outra professora, Suzana, rival da professora Helena. A Professora Suzana dá o braço para o Professor Renê, o olha e sorri.



Quarta câmera e casal de professores (Professor Renê e Professora Suzana)

[todas] E vai pro olho da rua!

A menina que está pulando a corda sai da brincadeira, e a corda para.

[Valéria] Agora sou eu!

[Laura] depois eu.

Volta o plano conjunto, alternado com um plano que mostra o perfil de Valéria, que está posicionada para pular a corda e olhando a professora Helena.

[Valéria] Agora eu quero a do namorado.

Plano conjunto das meninas que estão batendo a corda.

[MJ] Professora, você sabe essa?

[PH] Acho que sim.

[todas] (*risos*) Suco gelado, cabelo arrepiado, qual é a letra do seu namorado? A, B, C, D. Toca uma música animada de fundo, com um volume baixo.

Valéria tropeça na corda quando chega na letra D. Olha para a professora Helena, e diz

[Valéria] D de Davi, é claro (*abre os braços expansivamente*)

Plano médio mostrando o casal de professores (Professor Renê e Professora Suzana). Plano conjunto mostrando as meninas pulando corda.

[MJ] Ai que tonta, você errou de propósito, Valéria!

[Valéria] (*virando bruscamente para Maria Joaquina*) E daí?

Plano Médio mostrando Maria Joaquina

[MJ] E daí que assim não tem graça.

Valéria balança a cabeça, suspira com raiva e sai da brincadeira.

Plano médio mostrando professora Helena, que olha para o casal de professores. A música muda, ficando triste.

Plano médio mostrando o casal de professores, a Professora Suzana apoiada no ombro de Professor Renê e sorrindo. Plano Conjunto das meninas na arquibancada (Valéria, Laura e Alicia)



Quinta câmera: Plano médio mostrando a professora Helena

[Laura] Falando em namorado, olha os dois pombinhos ali.

Plano médio mostrando novamente o casal de professores.

[Menina do Chapéu e Valéria] Hmmm

Plano médio mostrando Professora Helena, que olha pra baixo enquanto a música triste fica mais alta. PC das meninas na arquibancada.

[Valéria] Eu acho que o Professor Renê combina muito mais com a professora Helena.

Plano médio de Professora Helena

[PH] (*revirando os olhos, sem sorrir*) Valéria!

Plano conjunto das meninas na arquibancada.

[Laura] Ah, mas olha a carinha deles, que romântico

Plano médio mostrando o casal de professores. A Professora Suzana não está mais apoiada no professor Professor Renê, que sorri enquanto olha em direção à Professora Helena. A Professora Suzana pára de sorrir e fecha o semblante. Plano médio da Professora Helena e voz em off de Valéria

[Valéria] Ele nem tá ligando pra ela, olha lá professora.

Plano conjunto na arquibancada

[Valéria] Ele combina super com você.

Plano médio da Professora Helena, que sorri.

[PH] Pára com isso, Valéria. Não inventa coisas que não existem.

Plano conjunto da arquibancada, agora com a professora Helena em primeiro plano e as meninas em segundo. Valéria levanta e caminha em direção à Professora Helena, a encarando. Para na frente dela, olhando pra cima e diz

[Valéria] Sua boquinha pode dizer que não (*pega no rosto da Professora Helena*) Mas os seus olhinhos...São de apaixonada (a música triste/romântica para de tocar e inicia-se uma sonoplastia utilizada em todos os segmentos de comédia da novela).

Plano conjunto, Valéria caminha de volta para a arquibancada.

[Laura e Alicia] hmmm

close-up na professora Helena

[PH] Valéria... (*balançando a cabeça de um lado pro outro*).

Plano médio. Alicia levanta da arquibancada, segura o rosto de Valéria (a sonoplastia de comédia continua) e diz

[Alicia] Então, os seus olhinhos também são de apaixonada...Pelo Davi. (sonoplastia animada, mas não de comédia)

[Valéria] (*sorrindo, segurando as mãos*) São mesmo. Ai, isto é tão romântico...Eu estou amando!

Plano médio do casal de professores. Professor Renê continua olhando para professora Helena, a Professora Suzana cruza os braços e suspira, com o semblante fechado. Plano médio mostrando a professora Helena, que olha para Professor Renê e abaixa o olhar em seguida.

close-up em Maria Joaquina

[MJ] Ai, quanta besteira (*revira os olhos e coloca as mãos na cintura*). Deus que me livre.

Plano médio mostrando Valéria, Laura e a Menina do Chapéu.

[Valéria] Garota, você só fala isso porque você não tem namorado, tá? (*começa a cantar*) Tá com ciúme, tá com ciúme

[Laura e Alicia] (*cantando e dançando junto com Valéria*) Tá com ciúme, tá com ciúme!

Plano médio mostrando os dois professores. A Professora Suzana pega o braço de Professor Renê e o puxa até saírem de cena.

Plano médio mostrando a Professora Helena, que cruza os braços e observa os dois saírem do pátio da escola. Em *off*, a cantoria das meninas da arquibancada continua.

[Meninas na arquibancada] Tá com ciúme, tá com ciúme. A música triste fica mais alta, e marca o final da cena no pátio.

Nesta cena, o principal recurso utilizado é a mudança de câmera, que costura a narrativa e sintoniza o olhar de quem assiste à novela com o olhar dos personagens. As mudanças constantes de planos médios e a alternância de *close-ups* para marcar diálogos é um recurso utilizado extensivamente em novelas em geral. Também é possível perceber um jogo de direção no que tange as falas, como podemos perceber com a utilização da fala das meninas em *off* enquanto a câmera se mantém no rosto da professora Helena.

CENA 4

Espaço: pátio do recreio

Horário: recreio

Professora Suzana e a Professora Helena caminham durante o recreio. Professora Suzana fala, gesticulando, enquanto a Professora Helena caminha de braços cruzados e semblante sério. A câmera se movimenta junto com as professoras, recurso pouco utilizado na novela. O plano é Americano, alternando com *close-ups* nas personagens, numa marcação típica de diálogo.

[Professora Suzana] Ah, o Professor Renê ainda não se declarou totalmente. Mas eu tenho certeza que tá bem perto disso. É que os homens tem uma certa dificuldade, né, em lidar com esse tipo de assunto. Mas eu vou ter paciência, vou esperar. *(as duas personagens se posicionam no mesmo local onde ocorreu a brincadeira de pular corda)*



Conversa entre as duas professoras rivais, que competem pelo amor do professor Professor Renê.

[PH] É, os homens tem muito medo de se relacionar hoje em dia. Por isso tem muita mulher tomando a iniciativa (*suspiro*)

[Professora Suzana] Verdade... cê sabe que você me deu uma ótima ideia, Helena? [início de música de tensão enquanto Professora Suzana pega as mãos da Professora Helena] Eu gostaria de te agradecer. (*close-up de Professora Suzana*) Muito obrigada por você ter se afastado do Professor Renê. Você provou ser uma grande amiga.

[PH] (*close-up em Helena*) Professora Suzana, eu queria mesmo falar com você sobre isso. [Música de tensão fica mais alta]

As duas professoras são interrompidas pela entrada de Maria Joaquina e Marcelina

[MJ] Professora, a Valéria tá pegando no meu pé de novo. A gente discutiu mais uma vez.

[PH] Mas o que foi agora, Maria Joaquina?

[Marcelina] Por causa do Mário.

[Professora Suzana] Vocês brigaram com ele, é?

[MJ] A gente sempre vai brigar com os meninos. Porque cada dia que passa, eles ficam cada vez mais mal-educados.

[Professora Suzana] Ai, Maria Joaquina...*(balança a cabeça em desaprovação, mas sorri ao mesmo tempo)*

[PH] Mas pera aí, o que a discussão de vocês tem a ver com o Mário?

[Marcelina] É que assim, professora, o Mário acha que te deve um favor, porque você ajudou a curar o Rabito.

[PH] Mas ele não me deve nada, o que eu fiz foi com alegria, sem querer nada em troca.

Mudança de Câmera, plano conjunto mostrando as professoras e as meninas conversando.



Plano Conjunto da arquibancada e pátio no recreio

[MJ] Mas professora, eu não disse nada de mais pro Mário, eu só tava tentando convencer ele a te dar um presentinho, porque se ele não te

desse ele estaria sendo mal agradecido. (plano médio de MJ e Marcelina)

Quando o plano passa ser conjunto novamente, percebemos a chegada de várias meninas, personagens que estão envolvidas no drama do presente da Professora Helena por cuidar do cachorro.



Composição de cena conjunta com várias personagens envolvidas no drama de Mário

[PH] Maria Joaquina, como você pôde fazer isso? O Mário não precisa me dar presente nenhum (*close-up* na Professora Helena)

[MJ] (*close-up em Maria Joaquina*) Quando a gente recebe favores de alguém, é educado a gente presenteá-la pra agradecer, ué.

Novamente o Plano Conjunto, e a chegada de mais alunas, inclusive Valéria, que chega e se dirige à professora Helena.

[Valéria] (*close-up de Valéria*) Sabe o que é, professora, essa mimadinha acha que todo mundo já nasceu rico como ela.

[Firmino] (*close-up de Firmino*) Maria Joaquina, para dívidas maiores e mais difíceis, paga-se com um sorriso.

(*close-up em Professora Suzana, que revira os olhos e suspira*)

[Firmino] Com licença.

Plano Médio de Maria Joaquina e Marcelina

[MJ] O Mário nem sorri.

[PH] (*close-up da Professora Helena*) Sorri sim. Pra mim ele já sorriu.

Plano médio de Maria Joaquina e Marcelina, que trocam olhares em silêncio. Marcelina sorri para Maria Joaquina, que continua séria e com os braços fechados.

Início de música de tensão e *close-up* na professora Professora Suzana, que revira os olhos novamente e ajeita os cabelos, enquanto a cena termina e entra a vinheta de abertura de Carrossel. A vinheta da novela sempre é apresentada na metade do capítulo, anunciando também o primeiro bloco de propagandas que ocorre logo após a vinheta de abertura. Após o primeiro bloco de propagandas, há a exibição de uma cena de Jaime e Mário conversando, onde Jaime tenta descobrir por que o amigo está triste. Em todos os capítulos gravados, são muito raras as cenas de discussão, brigas ou ofensas verbais entre os personagens masculinos da novela, enquanto esta é a principal característica das personagens femininas. Após a cena da conversa entre os dois meninos, a discussão no pátio do recreio é retomada, com os mesmos personagens e enquadramentos.

[PH] Meninas, parem de brigar. Se o Mário tinha alguma dívida comigo, ele já pagou. (música triste)

Plano médio de Maria Joaquina e Marcelina

[MJ] Já pagou?

[PH] Sim, com o sorriso dele.

Plano conjunto de Professora Suzana, Laura e Carmen, que não falam nada. A professora revira os olhos em um gesto semelhante ao de Maria Joaquina.



Plano médio de Laura, Professora Suzana revirando os olhos e Carmen

[MJ] Ah, por favor né professora, um sorriso não vale nada.

(close-up na Professora Helena)

[PH] Aí é que você se engana. Um sorriso vale muito mais do que dinheiro ou do que um anel de diamantes.

(Plano médio de Maria Joaquina e Marcelina)

[MJ] *(olha pra baixo e fala entre os dentes)* até parece. *(toca um barulho de comédia (três notas))*

Marcelina sai do lado de Maria Joaquina

[PH] Você pode comprar o sorriso de alguém?

close-up na professora Suzana, que olha para Maria Joaquina e sorri

[MJ] (*Balança a cabeça negativamente*)

[PH] Não. Porque nada pode comprar um sorriso, nem dinheiro.

close-up na professora Suzana, que revira os olhos novamente e suspira.

close-up na professora Helena

[PH] Além do mais, o Mário não precisa, nem pode me dar presente nenhum.

close-up em Maria Joaquina

[PH] Ele tem uma situação financeira difícil, vocês sabem disso.

close-up em Marcelina, que tem as mãos da professora Suzana em seus ombros.

[Marcelina] Foi isso que a gente disse pra Maria Joaquina.

close-up em Carmen

[Carmen] É, e foi aí que começou a discussão

close-up em Valéria

[Valéria] Não sei como você foi falar pro Mário de brilhantes

close-up em Maria Joaquina

[MJ] Eu só tava dando uma dica de como ele pode agradecer, tá?

close-up em Valéria

[Valéria] Pois você é muito sem noção!

close-up na Professora Suzana, que fala pra todos

[PS] Ai gente, a Maria Joaquina só queria ajudar o Mário, nada mais!

close-up em Maria Joaquina, que balança as mãos e a cabeça , enquanto toca um som de comédia (algumas notas musicais)

close-up em Laura

[Laura] Eu adoraria ganhar um anel de brilhantes.É tão romântico...

Neste momento, inicia-se uma música romântica, enquanto uma animação em computação gráfica ocupa toda a tela, diminuindo em seguida. Quando esta animação é retirada da tela, vemos Laura e Jorge, em um cenário de fantasia. Ambos estão vestidos com roupas de adulto, a menina com pesada maquiagem e o menino de terno completo, em um jantar à luz de velas.



Videografismo em frente ao rosto de Laura, representando o início de seu devaneio



Devaneio de Laura: jantar romântico a luz de velas com Jorge

A música romântica é acompanhada pela seguinte letra, cantada em uma voz infantil:

Há quanto tempo não vejo tua cara

Nem sei se eu quero te ver

Tua lembrança ainda é muito clara

Eu não consigo esquecer

Você não vai voltar

Foi bom enquanto durou

E valeu

O que passou já passou

Não faz mal

Eu tô carente mas eu tô legal

Neste momento, Jorge abre a caixinha do anel de brilhantes e o oferece a Laura.



Jorge oferecendo o anel de brilhantes a Laura

[Laura] Pra mim?

[Jorge] Claro que é pra você. De todo o meu coração.

Plano de Detalhe no anel de brilhantes. Em seguida, Jorge coloca o anel no dedo de Laura.



Gesto clássico de colocar o anel na mão da mulher

[Laura] Coube como uma luva.

Plano Conjunto, mostrando as velas, a mesa posta, com taças cheias de algum líquido não especificado. Em seguida, *close-up* de Laura

[Laura] Ah, isso é tão romântico...

close-up de Jorge, que sorri. Vemos a animação em seguida, e voltamos à cena do pátio no recreio da escola.



Videografismo em frente ao rosto de Laura, marcando o final do devaneio

Vemos Laura distraída, que é retirada de seu devaneio pela fala de Valéria.

[Laura] O quê? Falaram comigo?

close-up em Valéria

[Valéria] Fala alguma coisa. O que você acha daquele anel de brilhante que a Maria Joaquina tava falando?

close-up em Laura

[Laura] Eu acho tão romântico...

close-up em Valéria

[Valéria] Laura!

close-up em Maria Joaquina

[MJ] Viu, Valéria? A Laura concorda comigo.

close-up na Professora Helena

[PH] Ninguém aqui discorda que um anel de brilhantes é um presente belíssimo. Mas você não acha que exagerou um pouquinho, Maria Joaquina?

close-up em Valéria

[Valéria] Hellô-ôu. Você tava falando com o Mário, não com o Jorge.

close-up em Maria Joaquina, que sorri , seguido por um *close-up* de Carmen

[Carmen] Por isso que quando o Mário perguntou pra mim e pra Marcelina o que as mulheres gostam de ganhar, a gente falou flores e chocolate.

close-up na Professora Helena

[PH] Mas vocês não deviam ter dito absolutamente nada.

close-up na Professora Suzana

[PS] O Mário não tem condição nenhuma de dar presentes.

close-up em Carmen

[Carmen] Aí a gente percebeu. Ele ficou muito triste em saber que dar flores e chocolates também não é barato.

close-up em Laura

[Laura] Ai, tadinho.

Movimento de câmera para mostrar o rosto de Marcelina.

[Marcelina] Mas eu consolei o Mário, e disse que a Professora Helena tinha cuidado do Rabito de graça, e de todo o coração.

close-up da Professora Helena

[PH] Fez muito bem, Marcelina. E ele, compreendeu?

close-up em Marcelina

[Marcelina] Não sei, professora.

close-up em Laura

[Laura] Pode deixar que eu vou lá perguntar.

close-up na Professora Helena

[PH] Não, não vá não Laura. A Marcelina já fez o Mário compreender a verdade. É melhor deixar esse assunto de lado pra que ele não se sinta mais humilhado.

Algumas notas musicais começam a marcar o final da cena. *close-up* em Maria Joaquina, que suspira e levanta os ombros, seguido por *close-up* em Valéria, que olha com semblante fechado.



Suspiro silencioso de Maria Joaquina



Olhar de Valéria para Maria Joaquina, que encerra a cena.

O roteiro dos capítulos segue uma lógica que se repetiu ao longo de todos os capítulos observados, e que pode ser representada pelas cenas dos capítulos descritos acima. Após a apresentação de algum problema, sempre existe uma tentativa das crianças de resolvê-lo, na maioria das vezes em grupos separados por gênero (turma das meninas e dos meninos). Esta tentativa de resolver o problema sempre falha, por motivos diversos. No caso do presente de Mário, tema central do capítulo retratado acima, os meninos decidem invadir uma casa para pegar flores do jardim, a fim de presentear a Professora Helena, e acabam sendo pegos.

Após a falha em resolver o problema, a Professora Helena acaba por intervir, abafando o conflito com palavras de carinho. Ela sempre propõe alguma resolução não-conflituosa, tentando agradar ambos os lados e sem pedir nada em troca, como ficou claro nas cenas descritas. Os conflitos da própria professora Helena são pessoais e afetivos, nunca pedagógicos ou didáticos, o que inclui os espaços de sala de aula e as relações interpessoais entre os professores. A professora, apesar de seu conhecido título, é frequentemente retratada como uma menina crescida e apaixonada, mostrando-se cuidadora e afetiva, plácida

e serena do que educadora ou disciplinadora dos alunos, o que pôde ser percebido ao longo de vários capítulos.

Usualmente, os temas principais dos capítulos giram em torno de algum assunto relacionado a dinheiro, no caso dos meninos, ou relacionado a relações afetivas e amorosas, no caso das meninas. A solução para o conflito usual dos meninos sempre se apresenta via consumo de algo, e o problema se estende quando faltam os recursos para que esta ação seja realizada. Quando outras propostas que vão além da compra de algum objeto se fazem necessárias, a resolução alternativa proposta sempre falha, ou o conflito não é resolvido. Ao se deparar com este impasse, o roteiro segue para outros temas, em geral relacionados a comédia, romance ou cliques musicais, característica forte na novela.

Juliane Odininio, em seu artigo de 2010, reflete sobre esta relação da mídia com o consumo e gênero:

Em linhas gerais, podemos afirmar que os modelos e as configurações identitárias adentram o contexto da expansão midiática em que se efetuam, em ritmo frenético, intensivos fluxos comunicacionais, altamente movimentados pela lógica do consumo. A tensão pela diversificação, provocada pela heterogeneidade e pela imprevisibilidade do público, conjugada com a necessidade de busca pelo nivelamento, oriundo da lógica da máxima audiência e consumo, fornece um caráter bastante complexo ao processo de consolidação dos conteúdos midiáticos. A dinâmica cultural impõe de forma gritante seu caráter dialético através da atuação de diferentes forças: de um lado, a riqueza imagética possibilitada pelo uso das tecnologias da informação e, de outro lado, a necessidade de coerência e inteligibilidade em nome da eficácia da comunicação. (ODININO, 2010, p.145).

Desta maneira, podemos pensar esta novela enquanto um reflexo desta relação entre as configurações identitárias e a mídia, pendendo para a criação de identidades em um campo seguro para seus produtores: Carrossel não faz tremular os significados do consumir na sociedade contemporânea, optando por navegar em caminhos bem

conhecidos, já abertos por este tipo de produto midiático desde o seu lançamento.

Pensando em papéis de gênero e divisões entre feminino e masculino, ao mesmo tempo em que a novela corrobora e acaba por ajudar a manter uma série de estereótipos, ela também pode extrapolar alguns limites e fazer tremular alguns significados compartilhados, ainda que não os questione diretamente e, por muitas vezes, insira elementos perversos como solução dos conflitos postos.

As mulheres, como já vimos, são o público-alvo de novelas – conclusão corroborada por pesquisadores de mercado, dados de audiência, trabalhos etnográficos, literatura acadêmica e levantamento junto a rádios, televisões e revistas especializadas nesse gênero televisivo. A ampla aceitação desta assertiva não significa que as novelas se atenham aos domínios da vida que as teorias que guiam as produções industriais associam ao universo feminino. A vocação das novelas brasileiras para extrapolar os limites convencionais faz da trajetória desses seriados um caso sugestivo para se pensar o papel das representações midiáticas nas redes inusitadas da sociabilidade contemporânea. (HAMBURGUER, 2005 p.148-149)

Penso ser importante frisar a relevância desta unificação de temas (política e referências ao país na mesma chave de moda e consumo, por exemplo) para pensarmos sobre os elementos perversos que citei acima. Na novela *Carrossel* também percebi esta “pasteurização”, em que temas como bullying e relação parental conturbada são apresentadas ao público logo antes ou logo depois de cenas de comédia ou romance melodramático, seguidas muitas vezes por menções a produtos via merchandising. É aí que se encontra a perversão: a solução para vários dos problemas relacionais apresentados, ou a possibilidade de conversa entre os núcleos socialmente distintos da novela é, repetidas vezes, via consumo, como esclarece Hamburger:

A pesquisa em contextos privados de recepção sugere a relevância das referências extradiegéticas nas novelas. Telespectadores se apropriam do

repertório da novela, sabidamente de domínio público dos brasileiros, para se posicionar em termos reconhecíveis a todos. Assim, ao tomar partido de um personagem em detrimento do outro, um telespectador ou telespectadora está também se posicionando em relação à interpretação de seus próprios dramas. As novelas podem ser compreendidas como um imenso repertório de histórias, personagens, comportamentos de domínio comum aos brasileiros. Comentando as novelas, telespectadores frequentemente se posicionam em relação a temas polêmicos que ecoam seus dramas privados. Nessa dinâmica, referências ao país e à política funcionam na mesma chave que as referências à moda e ao consumo. (HAMBURGUER, 2005 p.151)

A relação interpessoal feminina é retratada de maneira sempre conturbada e repleta de discussões e ofensas. Gira, em sua maioria, em torno de conflitos amorosos, independentemente da idade das personagens envolvidas. Os personagens masculinos seguem o clássico padrão da atividade, versus a passividade feminina, o que fica evidente nas próprias ações dos personagens. Enquanto o grupo dos meninos opta por realizar ações e tentar modificar a realidade da trama em seu favor, o grupo das meninas, que inclui a menina-professora Helena, usualmente se mantém parado no mesmo lugar, e reage às atitudes masculinas. Odininino(2010) também reflete sobre esta característica retratada como tipicamente feminina, “desde as primeiras personagens em romances do século XIX e as da literatura infantil”. A personagem da professora Suzana, colocada como rival da professora Helena, possui um caráter mais ativo, e é retratada como vilã.

As que comandam a ação, muitas vezes as vilãs, são punidas, porque elas devem esperar que “alguém faça algo por elas”, mais precisamente um herói -masculino. Sua passividade é o que lhe garantirá o mérito de ser escolhida pelo herói, de modo que as características como docilidade, delicadeza e fragilidade são as que a farão merecedora de um final feliz (ODININO, 2010 p.147)

Outro aspecto exemplificado nas cenas do capítulo descrito é o da dissolução da fronteira adulto-criança, percebida tanto pela adultização dos personagens crianças quanto pela infantilização dos personagens adultos. Ao mesmo tempo em que temos Laura, com roupas, maquiagem e desejos referentes à esfera adulta, também podemos perceber a infantilização da professora Helena, que possui dramas amorosos parecidos com os das meninas de Carrossel. Também elementos de cena reforçam a ideia de adulto-criança: as câmeras posicionadas em um ângulo inferior, passando a ilusão de ótica de que os adultos possuem a mesma altura das crianças, são frequentes. A utilização exaustiva do recurso de *close-up* também borra a fronteira adulto-criança, visto que o espectador vê a mesma proporção de uso da tela tanto em rostos adultos quanto em rostos infantis (no caso das meninas, marcados por maquiagem, e acessórios).

Os, compromissos e rotinas da escola também giram em torno dos dramas apresentados em cada capítulo, com a maior parte das filmagens ocorrendo durante os intervalos na escola. As cenas gravadas dentro de sala de aula, espaço em que pressupõe-se uma demarcação clara entre adultos e crianças, são raras, de curta duração e constantemente interrompidas. A maioria das cenas de Carrossel se passa em espaços fechados, e a cenografia é 'plastificada': limpa, colorida, passível de venda. Esta escolha de cenários para representar o universo infantil deixa a entender uma concepção de infância asséptica e organizada, o que penso ter a ver não só com a criança desejada como a representação de uma instituição escolar ideal.

Quanto à maneira de filmar a novela, ficou claro que o recurso mais utilizado é o de *close-ups*, alternados com planos conjuntos, sem movimento de câmera. Este uso da câmera expõe o que já fica claro nas falas dos personagens: uma interrupção ou inexistência de um diálogo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa tentei refletir sobre as intrincadas relações entre mídia, televisão, infância, gênero e consumo. O papel da mídia ao longo da constituição do sujeito é um tema que ganha cada vez mais espaço, tanto na própria mídia quanto nas esferas familiares, acadêmicas e nas esferas referentes à esfera pública e legislativa. A discussão a respeito do tema acaba por se dividir nas mais variadas concepções de infância que, ao contrário do que possa parecer, convivem, se tensionam e acabam por se adaptar sob a égide do consumo.

O referencial teórico dos Estudos de Mídia permitiu refletir a respeito da televisão e novela, e como suas relações de produção estão intimamente ligadas à noção de um público-alvo ideal. Também as reflexões sobre consumo tiveram os Estudos de Mídia como escopo. Os Estudos de Gênero acabaram por aparecer como temática transversal, mas indispensável para refletir sobre novela no Brasil contemporâneo. A Psicologia Social e a Antropologia Visual, em especial a Etnografia de Tela, fizeram possível um recorte metodológico para a obtenção dos dados analisados e a experiência antropológica de me colocar, ao mesmo tempo, no lugar de espectadora e pesquisadora. A Sociologia da Infância apareceu como balizadora da “cola” que manteve estes temas juntos: as concepções de infância presentes em um produto destinado ao público infantil, o contexto midiático em que elas se encontram e ajudam a construir, sua relação com o consumo e as relações de gênero implicadas transversalmente no tema.. Ainda que exista uma tensão teórica entre a Sociologia da Infância e a Psicologia Histórico-Cultural, penso que foi possível destacar as aproximações entre as duas áreas, levando em conta também suas diferenças.

As maiores críticas da Sociologia da Infância com relação à Psicologia Histórico-Cultural dissertam que os teóricos da psicologia não levam em conta o contexto social e cultural que permite o estudo da infância enquanto categoria culturalmente construída. Isso vai de encontro à proposta inicial de Vigotski que “sempre deixou claro que pretendia fazer uma análise psicológica do desenvolvimento da criança. Não fazia parte de seus planos estudar a criança numa perspectiva sociológica” (PRESTES, 2013, p.303-304). Apesar desta diferença epistemológica, penso que ao estudar Carrossel foi possível perceber a

categoria culturalmente construída de infância, que diz respeito às concepções observadas ao mesmo tempo em que olhei, ainda que de maneira não muito aprofundada, para o desenvolvimento da criança de acordo com a ótica da Psicologia Histórico-Cultural, ao encarar a mídia enquanto instância cultural socializadora, constituinte de quem com ela convive e dela participa. Também a diferença do papel da criança para as duas áreas de conhecimento foi levada em conta ao longo da dissertação:

Outra questão que fica bastante evidente, ao compararmos os fundamentos da sociologia da infância e da teoria histórico-cultural, é o papel da criança. Se, para a sociologia da infância, a criança é produtora de cultura, na teoria histórico-cultural, os instrumentos culturais são meios para o desenvolvimento humano, mas não fins. (PRESTES 2013, p.304)

Há também uma distinção entre a Psicologia Histórico-Cultural e a Sociologia da infância no que concerne a ideia de cultura da infância, ou cultura das crianças, definida de maneira diferente pelas duas correntes teóricas. Para a Sociologia da Infância,

As culturas das crianças são “um conjunto estável de actividades ou rotinas, artefactos, valores e ideias que as crianças produzem e partilham em interacção com os seus pares” (Corsaro & Eder, 1990). Estas actividades e formas culturais não nascem espontaneamente; elas constituem-se no mútuo reflexo das produções culturais dos adultos para as crianças e das produções culturais geradas pelas crianças nas suas interacções. Não são, portanto, redutíveis aos produtos da indústria para a infância e aos seus valores e processos, ou aos elementos integrantes das culturas escolares. São acções, significações e artefactos produzidos pelas crianças que estão profundamente enraizados na sociedade e nos modos de administração simbólica da infância (de que o mercado e a escola são integrantes centrais, a par das políticas públicas para a infância). (SARMENTO, 2005 p.373).

A ideia de cultura para a Psicologia Histórico-Cultural não se refere a este conjunto de atividades e rotinas a que se refere o autor supracitado, e sim a uma dimensão mais ampla, sendo uma categoria constituinte do sujeito nos planos filo, sócio, onto e microgenético. Ao escrever sobre a noção de cultura para Vigotski, Angel Pino(2005) expõe a amplitude deste conceito:

Dizer que a cultura é o conjunto das produções humanas equivale a dizer que estamos diante de um conceito que engloba uma multiplicidade de coisas diferentes que têm em comum o fato de serem constituídas dos dois componentes que caracterizam as produções humanas: a *materialidade* e a *significação*. As diferenças que existem entre essas produções são então função da maneira como esses dois componentes se combinam. (PINO, 2005, p.92)

Desta forma, ao analisar a telenovela Carrossel, pude tentar dialogar com essas duas instâncias (materialidade e significação) que compõem a novela. Como minha análise se centrou na telenovela exibida, penso que a discussão sobre o papel dos instrumentos culturais e o papel da criança se faria necessária caso esta dissertação houvesse trabalhado com Estudos de Recepção e, conseqüentemente, analisado os sujeitos que assistem televisão, o que não foi o caso. A criança com quem entrei em contato foi a imaginada ao se produzir uma telenovela infantil. As concepções de infância percebidas em Carrossel acabam, então, por ser indicadores de um lugar social da infância em nosso contexto.

A mesma criança que assiste a novela é muitas vezes colocada junto aos adultos, em um patamar de independência e capacidade reflexiva a respeito do consumo e conflitos afetivos, ao mesmo tempo em que é retratada como incapaz de resolver conflitos básicos presentes em seu dia a dia. Ao sentar em frente ao aparelho de televisão, uma série de valores, expectativas e desejos são apresentados ao pequeno espectador, que muitas vezes se encontra acompanhado de seus pais ou cuidadores durante o ato, aparentemente simples, de assistir TV. Ao sentar em frente ao aparelho, entretanto, tensionam-se desejos, possibilidades de relação, maneiras de estar no mundo. A capacidade reflexiva, a partir disto, acaba por depender de cada espectador e da

relação que possui com seus pares, o que nem sempre é possível diante da pesada carga simbólica aglutinada neste produto midiático.

Neste momento da dissertação, penso ser importante retomar as questões norteadoras que surgiram ao longo da pesquisa, a fim de tentar respondê-las de acordo com a análise apresentada no último capítulo.

Há alguma tentativa de problematização dos papéis de gênero apresentadas em Carrossel para além de oposições binárias (menino X menina)?

Na novela Carrossel, gênero é algo estanque e definido. Em diversas falas, não só as do capítulo retratado mas em todos os capítulos assistidos surgem no sentido de atribuir papéis e comportamentos fixados em um binarismo de gênero. Em cada capítulo assistido, não apenas no apresentado, há o uso constante de frases generalizantes como “os homens tem dificuldade”, “os homens tem medo de se relacionar”, “nós sempre vamos brigar com os meninos”, proferidas pelas professoras Helena e Suzana e por Maria Joaquina, ou “o que vocês mulheres gostam de ganhar?”, proferida por Mário, acabam girando na boca de todos os personagens da novela, sendo repetidas das mais diferentes formas em todos os capítulos.

Também os espaços são definidos de maneira binária, sendo ocupados por grupos ou de meninos ou de meninas, sendo raras as interações. O único espaço ocupado de maneira proporcional por meninos e meninas é a sala de aula, raramente mostrada. Quando vemos a classe junta neste espaço, entretanto, o tipo de enquadramento que impera são os *close-ups*. Os meninos e meninas podem até estar juntos, mas não se enxerga muito além dos rostos dos personagens.

O planejamento e resolução de conflitos é o mesmo independente do gênero retratado?

Como já explicitado no capítulo da análise, este é um dos aspectos de maior discrepância entre meninos e meninas na novela

Carrossel. Enquanto os meninos possuem uma maneira ativa de resolver os conflitos, por meio de ações e planos mirabolantes, as meninas ficam na esfera da discussão verbal. Elisabete Vilar Rodrigues, em sua dissertação de 2008, também discutiu esta dicotomia clara entre as maneiras de agir dos personagens masculinos e femininos da novela “Morangos com Açúcar”, ainda que a idade dos personagens analisados tenha sido outra (no caso de *Morangos com Açúcar*, os personagens são adolescentes, não crianças). A pesquisa de Rodrigues(2008) faz coro aos estudos de Ligia Amâncio, que acabam por chegar a conclusões harmônicas com as desta dissertação:

Amâncio confirmou isso mesmo nos seus estudos: “A definição social da categoria masculina reúne competências no contexto do trabalho, no domínio sobre os outros e sobre as situações e constitui-se em modelo referencial, pelas comunalidades que apresenta em relação às qualidades socialmente desejáveis na pessoa adulta. Pelo contrário, a definição da categoria feminina apresenta um âmbito de competência social que se limita ao contexto privado das relações afectivas. Da multiplicidade de competências e de esferas de intervenção, incluídas no estereótipo masculino, resulta um modelo subjectivo de pessoa autónoma e internamente determinada, porque independente de qualquer função ou contexto específicos, enquanto o estereótipo feminino traduz um modelo de pessoa condicionada às fronteiras de uma função social específica e orientada para contextos de interdependência afectiva ou sexual” (1994: 68). (RODRIGUES, 2008 p.28)

Como se dá o diálogo entre os gêneros retratados na novela?

Quando existe um diálogo pacífico entre meninos e meninas na novela, ele tem como suporte um drama específico, em sua maioria com a temática de romance. Não percebi, em todo o período observado, nenhum estabelecimento de parcerias entre meninos e meninas, apenas

de meninos com meninas. A maioria dos diálogos entre os meninos e as meninas é composto de elementos de agressão, e diversas vezes contam com a intervenção da Professora Helena para interromper o conflito, nunca resolvê-lo.

Outro aspecto caricato da novela é a relação de competição entre as meninas, muitas vezes relacionadas à disputa pelo amor de algum menino ou, no caso das cenas retradadas, das duas professoras pelo professor Renê. Não há diferenciação do tipo de relacionamento entre adultos e crianças da novela, sendo os modos de sentir, planejar, flertar e jogar iguais, independente da idade retratada. Ao mesmo tempo em que percebemos uma adultização da infância, que exhibe e nomeia sentimentos como ciúme, inveja e jogos de flerte, temos uma infantilização da personagem adulta principal (Professora Helena), o que é coerente com os resultados encontrados por Eva Espinar(2007) na análise da programação e publicidade da televisão espanhola observadas ao longo do ano de 2004:

Ahora bien, más interesante que la mera presencia de hombres y mujeres puede resultar el análisis de algunas de las características asociadas a los protagonistas de uno u otro sexo. Así, por ejemplo, es posible hablar de una relación significativa entre el sexo del protagonista y la edad que éste representa tener. De esta forma, destaca la mayor probabilidad de que los personajes femeninos representen edades muy tempranas: mientras del total de protagonistas únicamente masculinos sólo un 13% parece tener edades preescolares y los de los protagonistas mixtos un 12%; este porcentaje se eleva hasta un 32% em el caso de protagonistas sino que, a un mismo tiempo, se observa una mayor infantilización de los personajes femeninos. (ESPINAR, 2007 p.132)

É interessante perceber como mesmo em uma pesquisa quantitativa, feita em outro hemisfério alguns padrões se repetem,

quando o aspecto considerado é o gênero dos personagens de produtos de entretenimento.

A estética da novela (figurino, enquadramentos, cenografia e sonoplastia) dialoga com qual(is) concepção(ões) de infância?

A estética da novela acaba por dialogar com uma concepção de infância paradoxal: é possível perceber o enaltecimento do “ser criança” em vários momentos dos capítulos, em especial quando os personagens adultos conversam entre si. A sonoplastia também segue um padrão clássico, marcando com notas musicais as ações das crianças, à guisa de desenho animado. Todavia, existe uma “adultificação” muito forte das personagens, o que é demonstrado claramente pelo teor de seus dramas, e pela maneira como são instruídos a lidar com eles, em especial pela professora Helena. As músicas que possuem letra, como a descrita no capítulo de análise, são o oposto da sonoplastia, e acabam por descrever sentimentos e conflitos tipicamente adultos (“eu tô carente mas eu tô legal”).

A novela infantil, quando assistida em seu “habitat natural” se mostrou como um objeto rico e preñado de significados, e acabou por demonstrar significantes que, a fim de serem estudados a fundo, necessitariam mais do que apenas os dois anos disponíveis no mestrado. Mesmo com a repetição de fórmulas narrativas e arquétipos de gênero, o período de exibição, sua recepção e a resposta do público e seus pares à veiculação dos capítulos deixa em aberto um campo variado de análises, que penso serem possíveis a partir de um distanciamento maior do que pude obter nestes dois anos²⁵.

Analisar um produto midiático enquanto ele está sendo transmitido se mostrou tarefa árdua, em especial pela dificuldade em

²⁵ A fim de exemplificar a riqueza de material obtido, trechos selecionados do diário de campo que me acompanhou ao longo da etnografia de tela podem ser encontrados nos anexos.

“sair do Carrossel”. Com o final da novela, penso ser possível, em outra pesquisa, elaborar uma análise do corpo inteiro dos capítulos, destrinchando as tramas e recursos narrativos dos capítulos como um todo, dando assim uma característica mais macro à análise.

A *permanência da temática* de Carrossel, que teve seus primeiros vislumbres em 1940 e manteve-se, reinventada, até hoje, aparece também como um interessante tema que pode dar base para novas pesquisas. Uma análise mais profunda dos impactos do *merchandising* também seria possível, tanto com relação às crianças que assistem à novela, por meio dos Estudos de Recepção, como da reação dos pais e instituições não governamentais que discutem, com cada vez mais intensidade, a questão da publicidade infantil. Em minha dissertação pude refletir um pouco sobre o consumo, mas esta discussão é mais ampla e requereria um olhar mais atento do que eu fui capaz de dar.

Penso que estudar a infância requer um olhar cuidadoso e atento, mas também a preocupação constante em enxergá-las como sujeitos da própria vida, ainda que dependentes dos adultos para a elaboração das próprias vivências. Ao voltar o olhar para uma mídia que, a princípio, é infantil, acabamos por refletir sobre o mundo que estamos criando para elas. O futuro é um emaranhado de possíveis, e dentro deles quero acreditar estar uma mídia mais crítica e que encare os pequenos como sujeitos da própria vida, com desejos, anseios e medos próprios, não caricaturas de nossos cansados medos e vontades adultas. Para isto, o recorte crítico que tentei fazer ao longo desta dissertação vai ao encontro de uma noção de mundo em que crianças serão crianças, não investimentos ou pequenos adultos. Uma noção de mundo que a suporte uma mídia mais ética. Encerro assim esta dissertação com as belas palavras de Roger Silverstone:

A base fundamental da ética está no reconhecimento do Outro. Proponho que o estudo da mídia seja ético nesse sentido. Com efeito, ele não pode deixar de sê-lo, pois ao examinar as raízes da representação e as maneiras pelas quais a mídia fornece acesso ao Outro material e simbólico; ao examinar como as relações entre nós e ela e uns com os outros devem ser

administradas e julgadas; e em nossa compreensão dessas relações como a fonte da luta por uma vida moral, nossos estudos de mídia vão ao cerne do que agora devemos ver como a condição humana. (SILVERSTONE, 2002, p. 261).

Referências

AMORIM, Marília. Vozes e silêncio no texto de pesquisa em Ciências Humanas. **Cad. Pesqui.**, São Paulo, n. 116, jul. 2002 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742002000200001&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 10 jan. 2014. <http://dx.doi.org/10.1590/S0100-15742002000200001>.

ARIÉS, Philippe. **História social da criança e da família**. 2. ed Rio de Janeiro: LTC, 2011.

AYRES de la Barrera, Melina. **Diversidade na tela : um estudo sobre a estrutura dos telejornais no Uruguai e na Argentina**. 2009. 148 p, Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Faculdade de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

BAUER, M. W. & GASKELL, G. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 5ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BONDIA, Jorge Larrosa. Notas sobre a experiência e o saber de experiência. **Rev. Bras. Educ.**, Rio de Janeiro, n. 19, Apr. 2002 . Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-24782002000100003&lng=en&nrm=iso>. acesso em 05 Mar. 2013. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-24782002000100003>.

BRAIT, Beth. O discurso sob o olhar de Bakhtin. In: Maria do R. Gregolin e Roberto Baronas. (Org.). **Análise do discurso: as materialidades do sentido**. 2ed. São Carlos: Claraluz, 2003, v. 1, p. 19-

35.

CAMPOS, Cristiana Caldas Guimarães de; SOUZA, Solange Jobim e. Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 23, n.1, mar.2003. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932003000100003&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 12 mar. 2013.

CANCLINI, Néstor G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4. Ed. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 1996.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e eBooks Brasil, 2003.

DUARTE, Rosália; LEITE, Camila; MIGLIORA, Rita. Crianças e televisão: o que elas pensam sobre o que aprendem com a tevê. **Rev. Bras. Educ.**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 33, Dec.2006. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S141324782006000300010&lng=en&nrm=iso>. acesso em 09 Nov. 2012. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-24782006000300010>.

ESPINAR, E. Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles. **Comunicar**, n.º 29, p. 129-134, Alicante, 2007.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & diálogo: as ideias linguísticas do círculo de Bakhtin**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FREIRE FILHO, João . A sociedade do espetáculo revisitada. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v.22, p.33-45, 2003.

GÓES, Maria Cecília Rafael de. A abordagem microgenética na matriz histórico-cultural: uma perspectiva para o estudo da constituição da subjetividade. **Cad. CEDES**, Campinas, v. 20, n. 50, Abril. 2000 .

Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-32622000000100002&lng=en&nrm=iso>. acesso em 05 jan. 2013.
<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-32622000000100002>.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação e Realidade, Porto Alegre: UFRGS, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.

HALL, S. A redescoberta da ideologia: o retorno do recalcado nos estudos midiáticos. In: **Mikhail Bakhtin: linguagem, cultura e mídia**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010. P.279-330 .

HAMBURGER, Esther. **O Brasil antenado: a sociedade da novela**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

HAMBURGER, Esther. Telenovelas e interpretações do Brasil. In: **Lua Nova**: revista de cultura e política, São Paulo, n. 82, 2011, p. 61-86.
Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/ln/n82/a04n82.pdf>>. Acesso em: 26 jan. 2014.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, Comunicación y construcción social de las edades. En **Periodismo y Comunicación para todas las edades**. Min. comunicaciones, Bogotá. D. C.Cepsiger. 2004.

ODININO, Juliane Di Paula Queiroz; RIAL, Carmen ; GIRARDELO, Gilka . Meninas Super-Poder-Rosas : imagem de uma cultura midiática feminina e infantil. In: Mara Coelho de Souza Lago; Miriam Pillar

Grossi ;Adriano Henrique Nuernberg (Organizadores). (Org.). **Estudos In(ter)disciplinados: gênero, feminismos, sexualidades, conjugalidades.** 1ed.Florianópolis: Editora Mulheres, 2010, v. 1, p. 143-173.

PINO, Angel. **As marcas do humano: as origens da constituição cultural da criança na perspectiva de Lev S. Vigotski.** São Paulo: Cortez, 2005.

POSTMAN, N. **O desaparecimento da infância.** 3. ed. Trad. De Professora Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro:Graphia, 1999.

PRESTES, Zoia Ribeiro. A sociologia da infância e a teoria histórico-cultural: algumas considerações. **Revista de Educação Pública (UFMT)**, v.22, p.295-305, 2013.

RIAL, Carmen. Antropologia e mídia: breve panorama das teorias de comunicação. **Revista Antropologia em primeira mão.** Florianópolis: Programa de Pós Graduação em Antropologia Social, 2004.

RODRIGUES, Elisabete Vilar.. **Feminino & Masculino em “Morangos com Açúcar” Análise da construção de gênero em programas de televisão vistos por crianças.** 2008. 104p. Dissertação (Mestrado em Estudos Sobre as Mulheres – As mulheres na sociedade e na cultura) – Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, Portugal.

ROSEMBERG, F.; ANDRADE, M. Infância na mídia brasileira e ideologia. In: JACÓ-VILELA, A. M.; SATO, L. (Org.). **Diálogos em Psicologia Social.** Porto Alegre: Evangraf, 2007. p.257-274.

SAMPAIO, I. S. **Televisão, publicidade e infância.** São Paulo: AnnaBlume, 2000.

SAMPAIO, I. S. Publicidade e infância: uma relação perigosa. In: VIVARTA, V. (Coord.). **Infância e consumo: estudos no campo da comunicação**. Brasília, DF: ANDI; Instituto Alana, 2009.

SANTOS, Boaventura de S. **Um discurso sobre as ciências**. São Paulo: Cortez Editora, 1989/2010.

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

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, 1990 : v.16, nº2. pp.5-22.

SARMENTO, Manuel Jacinto. Gerações e alteridade: interrogações a partir da Sociologia da Infância. **Educ. Soc.**, Campinas, v. 26, n. 91, ago. 2005 . Disponível em
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302005000200003&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 19 mar. 2013.
<http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302005000200003>.

SIROTA, Régine. Emergência de uma Sociologia da Infância: evolução do objeto e do olhar. **Cad. Pesqui.**, São Paulo, n. 112, Mar. 2001 . Disponível em
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742001000100001&lng=en&nrm=iso>. acesso em 17 Mar. 2013.
<http://dx.doi.org/10.1590/S0100-15742001000100001>.

TOASSA, Gisele. **Emoções e vivências em Vigotski: investigação para uma perspectiva histórico-cultural**. Tese de Doutorado, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

Anexos

Personagens das cenas escolhidas da novela Carrossel. fotos e descrições retiradas do site www.sbt.com.br/carrossel



Alicia Gusman
(Fernanda Concon)

Espoleta e moleca, gosta de esportes radicais e brincadeiras de menino. Vai para todos os lugares, até mesmo para a escola, de skate. Veste-se de forma descontraída e sem muitas combinações.



Carmen Carrilho

(Stefany Vaz)

Meiga e doce, é educada e respeita a todos. Míope, usa óculos grandes de lentes grossas, mas não tem o menor problema com isso. Carmen é madura e enfrenta com sua mãe uma situação muito difícil: o abandono do pai.



Cirilo Rivera
(Jean Paulo Campos)

Ingênuo e inocente, Cirilo costuma cair nas peças que seus colegas lhe pregam. Doce e de boa índole, sempre ajuda os amigos. Por ser negro e de família simples, sofre preconceito por parte de Maria Joaquina, menina pela qual se apaixona.



Firmino Gonçalves (Fernando Benini)

Nascido em Portugal, veio para o Brasil já mais velho, atrás de melhores oportunidades de trabalho. Sua esposa falece, o que faz com que ele envelheça mais rápido e se acomode com o emprego de porteiro na Escola Mundial. As crianças se tornam os filhos que nunca teve e os funcionários sua família.



Jorge Cavalieri

(Léo Belmonte)

Vizinho de Maria Joaquina, é o menino mais rico da sala. Prepotente e orgulhoso, possui inteligência acima dos padrões de sua idade, é maduro e acha os colegas bobos. Egoísta, Jorge é malvado e tem apenas Maria Joaquina como amiga.



Laura Gianoli
(Aysha Benelli)

Gordinha e sentimental, é a romântica da classe. Está sempre beliscando um pedacinho de comida. Boa aluna, é muito participativa nas aulas. Iludida, volta e meia acredita que algum de seus colegas está apaixonado por ela.



Marcelina Guerra

(Ana Victória Zimmermann)

Amorosa e sensível, a irmã mais nova de Paulo defende os injustiçados sempre que sua coragem permite. Marcelina é facilmente dominada pelo irmão. É a mais baixinha da classe e seus amigos vivem fazendo piadinhas a respeito disso.



Maria Joaquina Medsen (Larissa Manoela)

Arrogante, pensa que por ser filha de médico, rica e bonita é superior aos seus colegas. Racista e preconceituosa, não mede palavras para ofender seu colega Cirilo, o qual despreza também por gostar dela. Costuma delatar os colegas a fim de prejudicá-los, é orgulhosa e sempre os humilha quando tem oportunidade.



Mario Ayala

(Gustavo Daneluz)

Mario perdeu a mãe e, desde então, não acredita mais em Deus. Como defesa, maltrata as pessoas e se mantém distante, com medo de se magoar. Adora os bichos e com eles tem contato próximo. Após encontrar um cachorro com a pata quebrada, o adota para si. Rabito, batizado por Mario, se torna seu melhor amigo.



Professora Helena Fernandes

(Rosanne Mulholland)

Professora jovem, linda e meiga que leciona ao terceiro ano da Escola Mundial. Para Helena, o ensino caminha lado a lado com o amor. É moderna e atenta nas novas tendências da educação. Helena se torna um referencial para seus alunos. É com ela que eles contam em todas as circunstâncias que enfrentam, sejam elas felizes ou tristes.



Professora Suzana

(Livia Andrade)

Contratada para substituir Helena quando adoece. Suzana não tem muito jeito com crianças. É falsa e dissimulada com todos. Suzana cultiva uma inveja sem limites de Helena, principalmente quando se diz respeito ao amor do professor René.

Professora Suzana



Valéria Ferreira

(Maísa Silva)

Sapeca, está sempre metida em confusão ou bolando um plano mirabolante. Inteligente e mandona, é do tipo que tem resposta pronta para absolutamente tudo e uma piadinha sempre na ponta da língua. Sonha em ser apresentadora de TV.

Trechos Seleccionados do Diário de Campo

Trechos selecionados do diário de campo

Vermelho: observações sobre demarcação infância/vida adulta na novela

Azul: demarcação clara de gênero

Roxo: discurso religioso dentro da novela.

Verde: Merchandising feito pelos atores dentro da novela.

17/12/12

1) Estão **vestidas de adultos**, são os atores da novela carrossel. Primeiro bloco da novela, com adultos conversando na sala da diretora. As câmeras alternam entre os rostos dos adultos, não os mostram conversando (um clássico das câmeras de novela). Próxima cena, crianças conversando, mesmo jogo de câmeras. A novela tem uma trilha sonora de barulhos em cada movimento das crianças, como num desenho animado. Esse **recurso sonoro não é utilizado nas cenas entre adultos, apenas músicas para guiar as cenas de drama, tensão ou comédia, mas não sons relativos às ações dos adultos. Demarcação interessante criança x adulto.**

2) Demarcação de gênero gritante no discurso de um dos atores da novela **“nós homens não somos vingativos e invejosos que nem vocês”**. Há um efeito sonoro de comédia, mas não se retira a afirmação do menino. Ela é amenizada pelo tom de romance infantil da criança pela professora (com direito a música e tudo), pois ela toca o rosto dele logo após essa afirmação de gênero, pois fizeram um contrato dele andar com uma criança da qual ninguém gosta. Essa criança é **excluída pelas “crianças todas”, mas só “anda com as meninas”**.

3) Valéria bate com a régua na cabeça do menino pra chamar a atenção dele. **“Se eu não fosse esperto eu ia poder achar que a Valéria –menina– quer mandar em mim”**. **Relações adultas ditas por crianças.**

4) Os meninos vão conversar com a professora e as meninas se interpõem entre elas. **Ele fala pra elas saírem todas da sala porque é “assunto de homem”, eles trocam xingamentos e as meninas acabam**

saindo. A professora praticamente não intervém. Eles vão conversar com a professora Helena o que decidiram a respeito de excluir Jorge . Ela pergunta qual é a pergunta e Jaime responde que “é assunto de homem e que as mulheres são muito fofoqueiras, tirando a professora e a sua mãe”. Muda a cena e esse discurso fica ali, flutuando, sem problematização, se naturalizando.

5) Cena de duas adultas discutindo a afirmação de Jorge que mulheres são todas fofoqueiras . Vira comédia. Próxima cena de tensão entre os meninos e as meninas, em que ele manda a menina sair do pátio. Ela o enfrenta (mas sai mesmo assim). Outra cena, professora , tensão entre as adultas, fim da cena. Cena com as crianças, eles dizem a pergunta , falam coisas ruins que eles fizeram e marcam “você acha que foi coisa de homem o que você fez?”. As professoras assistem tudo de longe e música de tensão. Os meninos esperam o menino excluído responder. “Tá bom, o que eu fiz não foi coisa de homem e eu quero pedir desculpas para vocês. Dá pra vocês esquecerem tudo e serem meus amigos?” Todos perdoam Jorge e o abraçam.

6) Cena na sala de aula, as meninas chegam todas juntas (atrasadas). Os meninos frisam sobre o atraso e exigem uma punição. As meninas começam a explicar e Jaime diz “pronto, tinha que ser, mulher só sabe falar falar e falar”, elas o interrompem e explicam a situação.

7) Saída da escola, e Mário conversa com Maria Joaquina, que diz que ele deveria agradecer a professora, e que dizer obrigado não é o suficiente, que ele precisa dar um presente pra ela, tipo uma jóia. Música tensa.

18/12/12

Próxima cena, cara do violão e o porteiro, e o primeiro merchandising (purificador de água), eles discutem como não dar trabalho e o porteiro monta o filtro “purity” na frente, e diz que pode usar qualquer água e tira todas as impurezas. Ele diz que usar o filtro purity é se preocupar com o bem estar das crianças na escola, e é esse o dever da instituição.

Cena com Mário triste, que não diz pras meninas o porque e pergunta “o que vocês mulheres gostariam de ganhar de presente”? “Flores e chocolate, mas é caríssimo”.

Outra cena, e o cara do violão com a mulher que levou o fora, enquanto as crianças narram e dão a opinião sobre o relacionamento amoroso da professora . “Sua boquinha pode dizer que não mas seus olhinhos são de apaixonada”. Daí elas falam de amor, romantismo, etc. A menina antagonista aparece e reclama, e as outras meninas chegam à conclusão que ela só falou isso porque não tem namorado e porque está com ciúme.

Muda a cena, meninas discutindo sobre Mário e seu presente, e a jóia. Elas xingam Maria Joaquina de mentirosa, malvada, egoísta, e a outra chama a primeira de escandalosa e cafona . As outras interferem e pedem pra elas pararem de brigar. Cena da professora com a antagonista e elas falam “os homens são assim mesmo, falta iniciativa, tem medo”, a professora concorda e diz que a Helena a deu uma boa ideia. São interrompidas pelas meninas que estavam brigando e elas falam que discutiram por causa do Mário. “Vocês brigaram de novo” “A gente sempre vai brigar com os meninos, eles estão cada vez mais mal educados”.

Laura com discurso repetitivo de “é tão romântico”, e um clipe (imaginação) dela vestida de adulta (vestido e pérolas, muita maquiagem) num jantar com Jorge, que dá um anel pra ela ao som de uma música romântica. “Ai isso é tão romântico”. A professora diz que não deviam nem ter falado das flores e chocolate, porque também não é barato. Decidem não falar com ele pra não humilhá-lo novamente.

Os amigos se propõem a ajudar. Fazer serenata, cozinhar, e Jaime sonha (com barulhos) . “E a professora é magra, não deve comer esse tipo de coisas”. Daí sugerem ele fazer algo à mão. Jaime: “não, mulheres não gostam de coisas assim, só de coisa cara, comprada” Já dei uma carta pra Valéria e ela gostou “mas ela não é mulher” barulho “o QUE? “ela é menina né” “ahhhh” .

Chega Jorge dirigindo um carro, como um príncipe em um cavalo branco , e todas elas suspiram por Jorge. Ele até põe um óculos escuro

estilo aviador quando vai embora. Só Valéria não demonstra sentir nada por Jorge em seu carro.

A punição é pegar uma das bonecas da marcelina e o japonês tira com a cara dele porque ele sabe o nome das bonecas (chama ele de gay). Chega uma menina dizendo que fala que o durão brincou de boneca com ele ontem (música engraçada). Eles roubam a boneca e a menina diz “homens...”.

19-12-12

Mário estava se recusando a tocar em Jaime pra tirar os espinhos do cacto ‘eu não meto a mão em bunda de homem’ vão em direção das flores.

Os meninos discutem quais são as melhores flores, e Jaime diz que sabe do que as mulheres gostam. “do que?” “De flores, só não sei pra que elas servem”.

. Enquanto isso Cirilo escuta tudo do outro lado da porta. Começa uma música triste e Cirilo pega uma bíblia e a abraça.

O viúvo pergunta o preço de uma caixa de chocolate e Jaime fala que as meninas ‘só sabem comprar, comprar e comprar’ porque elas que deram a ideia de chocolate.

O pai ameaça aumentar o castigo. Um dos castigos é ajudar a mãe nas tarefas de casa e ajudar o pai na oficina, não poder sair e afins.

Merchandising lifebuoy”. Casal discutindo como é bom um sabonete não deixar ninguém da família direito. [PD] no produto durante a cena toda, e eles exaltam o sabonete. O cenário representa uma casa de classe média-baixa, devido à escolha dos elementos de cena e tamanho dos cômodos.

A indiana diz que pra ser feliz tem que estar em paz com Deus, respeitar o próximo, ter uma boa alimentação e dois litros de água por dia.

20-12-12

Clipe com todos vestidos de rappers, meninos contra meninas, com uma edição muito bem feita. A música não é um RAP. Os dois grupos fazem a mesma coreografia, e dançam juntos no final (pelo menos). A câmera não mostra o grupo inteiro dançando quase nunca (acho que só uma vez, na verdade), mas todos dão a mão em uma simbologia de time.

aula de música, os meninos estão separados das meninas. O professor canta a música do carrossel e diz pra Jaime alternar com Maria Joaquina os primeiros versos. Jaime vai cantar e arrotar. O professor ri e fala que podia incorporar o som do arrote na música mas que não dá pra fazer isso por causa das meninas que estão presentes na sala .

Conversam um pouco sobre o cotidiano da escola e em como o professor de música (Rene) é super especial, indireta da antagonista, música de tensão. Há uma ironia no ar, indiretamente se diz que é impossível homens e mulheres serem bons amigos.

Cena na sala de professores, antagonista e helena, antagonista diz pra Helena que eles dois estão juntos porque ela se declarou pra ele ‘quando os homens são tímidos as mulheres devem tomar a iniciativa’, diz a antagonista. E fala que isso foi um conselho da Helena. Música de tensão/tristeza, e uma importância gigantesca pro amor da professora num cenário profissional

Cena com Valéria e Davi conversando sobre chocolates, ela perguntando se ele sabe como Mário conseguiu. Davi fala que não contaria se soubesse porque Valéria não sabe guardar segredos (música de comédia), e a confiança dele no relacionamento está abalada.

Cena de Valéria com Davi, que fica ofendida e fala que eles deveriam terminar o namoro. Típica cena de discussão clichê entre namorados, e Valéria fala que eles entraram em um relacionamento aberto agora, apesar de não saber direito o que é. Cena arquivancada, Valéria chega xingando e falando que eles estão num relacionamento aberto. A professora diz que eles não sabem o que é um relacionamento aberto, e que eles são muito novos pra dizer que namoram e ainda mais em um relacionamento aberto (mas não fala o que é um relacionamento aberto).

Entra Firmino e pergunta sobre o viúvo. Helena desconversa e justifica não dizer porque ‘nós as mulheres somos muito discretas’ .

Fala pra sala ‘enquanto eu tiver carinho eu não preciso de flores’. Firmino: vai entender as mulheres, umas falam de menos, outras falam de mais.

Faxineira recitando os elogios de Lourenço a ela. Firmino pergunta pra faxineira (Graça). ‘não é verdade? Vocês mulheres são muito complicadas’. Ela responde “oxi, o segredo é ser gentil, educado, saber falar”. Cena de comédia entre os dois e o assunto de ‘as mulheres são... fica por isso mesmo’. Termina com Firmino “mulheres, mulheres, tá pra nascer quem vai entender essas mulheres...”.

21-12-12

Cena na sala dos professores, Firmino entra com um buquê pra professora Helena (Suzana fica muito brava). Tem um cartão e Firmino sai “vou deixar vocês a vontade pra conversar assuntos de mulher”. O cartão não está assinado e dá a entender que pode ser do professor de música ou do viúvo. Helena não explica nada, diz que só se resume ‘ao amor’.

O professor de música fala que quando coisas ruins acontecem que é a hora de ficar forte. A professora diz que ele tem que ficar forte e parar de chorar. Jaime diz que vai ser forte que nem um touro e a professora enxuga as lágrimas dele porque ‘você não vai querer que teu pai te veja assim’.

As crianças perguntam o que houve e helena diz ‘vai ficar tudo bem, façam suas orações pelo pai do jaimé”.

O menino chega, e fala ‘eu pedi pra deus cuidar do papai’. O pai acorda e diz que foi um ‘descuido’.

Ela pede perdão, e o pai diz que só perdoa se a mãe prometer que nunca mais fumar. Ela promete e fala que ele pode expulsar ela de casa caso ela quebre a promessa. Mas ele diz que nunca faria disso porque precisa muito dela.

Explica que levou uma briga da diretora porque entregou os lanches atrasada e as crianças pediram mais 5min de recreio (com um sotaque bem forçado e com trejeitos bem clown, com muitos barulhos e gírias e

afins). Ela diz que fez uma bobagem porque não deu tempo dela lavar as mãos porque estava sem sabonete, e a professora tira convenientemente um sabonete da Lifebuoy do armário pra ‘salvar a vida’ da faxineira. Antes dela sair correndo tipo um desenho animado ainda tem tempo de cheirar o sabonete, agradecer mil vezes e dizer que é o melhor sabonete do mundo.

A mãe de Jaime fala que vai trabalhar e ganhar dinheiro. Pai de Jaime diz que é de maneira alguma porque “mulher minha não sustenta casa não” “mas é só quando você está ruim Rafael”.

Eles falam que os dois são muito jovens e vão ter que ficar ‘por deus’. Diz que “eles não são homens ainda”, logo não podem trabalhar pra ajudar a pagar as contas da casa.

Cena na casa dos pais de Jaime, falando de dinheiro. A mãe insiste que ele pode deixar ela trabalhar, e diz que seria uma humilhação ele ser sustentado por ela (ela só sabe lavar, passar e cozinhar). “Mulher minha não vai limpar casa dos outros”. Discussão sinistra de gênero terminado com tom de comédia e sem resolução nenhuma. Não chegam à conclusão nenhuma.

26-12-12

Clipe com Cirilo vestido de rapper, caminhando na ‘periferia’. A temática é ser criança, e fala do amor platônico dele por Maria Joaquina. Toda a estética é adulta ‘meu pai diz que sou homem e não posso vacilar, mas ainda sou criança...’. A música se chama ‘perai’.

Próxima cena, meninas todas conversando e cozinhando o presente da Laura. Todas falam dicas de receita e falam que é absurdo uma das meninas nunca ter feito bolo na vida.

O pai de Jaime ainda hesita, e Morales diz que ambos os filhos tiveram atitude de homem e que deveria deixar os filhos. O pai concorda e pede que Jonas não tenha nenhum privilégio e chegam a um acordo.

Toca a campainha, era o namorado de Valéria. Os dois ‘discutem’ que estão num relacionamento aberto agora. Palavras de adultos na boca de crianças, com direito a música. O menino diz que é ‘mais tradicional e

não gosta dessa coisa de relacionamento aberto’ . Música emocionante/romântica.

Cena na casa de Cirilo. Música engraçadinha,. A mãe leva um bolo na sala depois vai limpar as mãos com lifebuoy. O close da câmera é sempre no sabonete. A mãe fica lavando as mãos durante um minuto, do qual uns 90% são close no sabonete. Ela termina de colocar a cobertura no bolo então. Bolo feito no capricho, diz o marido que chega e tenta colocar o dedo no bolo. Ela diz pra ele não fazer isso porque o dedo dele está sujo, e pergunta se ele lavou a mão , ele diz que sim, mas só com água ‘mas vc tem que usar lifebuoy pra matar os germes e bactérias’ ‘ah tá, aprendi, da próxima vez que eu quiser roubar bolos eu lavo as mãos com lifebuoy’

Cena na sala de aula da professora, que não briga com a aluna porque ‘ela já entendeu né’. Valéria diz ‘Davi, se eu fosse homem eu daria um jeito nesse grande fofoqueiro’. Close em Maria Joaquina brigando com Jorge, briga e sai. Valéria diz pra Davi dizer pra Jorge o que ela falou pra ele ‘Jorge, um homem que acusa uma mulher é um grande covarde’, diz o menino a mando de Valéria.

27-12-12

Cena de professora Helena se maquiando em casa, close na maquiagem. Ela mora com a mãe. Fala como é difícil se maquiar rápido, música delicada. Merchandising sinistro da Jequiti. “Filha é bom se cuidar desde cedo, e com esse creme caminho das águas da Jequiti é mais fácil”.

Cena no pátio, crianças perguntando sobre o emprego de Jaime e ele fala sobre o emprego, como funciona e essas coisas. Tinha uma menina no meio, Jaime é grosso com ela e ela sai. “Eu não sou uma pessoa ruim, diz Jaime, mas elas só entendem desse jeito (grosseria)”. Todas as crianças zoam Cirilo por ele dizer que nunca agiria dessa forma com Maria Joaquina. Os meninos falam com ele que se tratar uma menina bem ele vai ver o que é bom pra tosse.

O professor começa a tocar no piano uma música romântica, closes na Helena, e flashback sobre cena com a antagonista e elas decidindo sobre quem iria ficar com os alunos ano que vem. A antagonista diz que “em troca do 3º ano eu quero o René” .

Cena na casa de Jorge. O pai diz que essa raiva é só um desentendimento e que vai passar. Jorge explica a situação do silêncio, que é pior porque todos o tratam da mesma maneira, até as meninas .

Cena na casa dos pais de Cirilo , o pai fazendo uma surpresa pra mãe de Cirilo. “É uma coisa que estava faltando pra nossa casa” “não acredito que você comprou “ “dizem que é o melhor purificador de água do mercado” “eu sei eu sei todos estão comprando” “vamos montar” “nossa como é fácil” , close imenso toda hora no filtro e na marca “Pure”

28-12-12

Helena chama a atenção das crianças pela bagunça, as crianças riem e bagunçam mais. Uma menina fofoca da outra em off (Maria Joaquina falando de Valéria).

Firmino briga com Graça por ela não limpar o quadro (close no dedo sujo de poeira). Música de comédia enquanto Graça reclama. Ele a chama de histérica e diz que o negócio dela é limpar e o dele supervisionar. Graça machuca o dedo em uma das tachinhas de pregar os avisos e grita de dor (música de comédia). Firmino diz pra ela ir lavar o dedo (aposto que vai usar lifebuoy).

Duas mulheres conversando em um café, como não dá pra bobear com as crianças e tem que limpar tudo. Elas falam como lifebuoy é bom e mata todas as bactérias, e tem que usar lifebuoy. Close no sabonete, elas falam que é barato (custa menos que um esmalte!).

Cena na casa dos pais de Jaime abrindo o envelope bem emocionados, e dizem que isso significa que os meninos estão crescendo e virando homens responsáveis.

Cena das meninas caminhando na rua do menino cadeirante (Tom). Maria Joaquina provoca as meninas falando que elas nem gostam do

Tom de verdade, e elas brigam por causa disso, disputando a atenção do menino cadeirante.

Cena na sala dos professores, close no filtro purity. Helena vê graça bebendo água, as duas reclamam do tempo abafado, e a professora diz que pra sobreviver no calor só bebendo água fresquinha.

Meninos reclamam de aula de redação, e as Meninas falam que eles não gostam. Os meninos dizem que não gostam de redação porque é coisa de menininha. Jaime fala que mulher é fofqueira até no papel. Valéria diz que elas tem conteúdo pelo menos, Jaime diz que é conteúdo inútil. Helena diz que redação não é coisa de menina porque a maioria dos grandes autores é homem. Valéria cobra poesias do namorado, os meninos ficam com medo da professora pedir poesia. Ela diz que quer que eles escrevam uma carta para os alunos da noite. Jaime diz que nunca escreveria uma carta pra menina mas pra homem também não dá. Nova conversa sobre masculinidade e redação.

01-01-2013

Segundo bloco da novela, peguei a cena do merchandising sutil de lifebuoy na casa de Firmino. Graça entra e diz que a escola tá em ‘em guerra’. Música engraçada, e os dois fazem que vão sair. Firmino proibe Graça de sair da casa pra lidar com a “guerra” antes de lavar as mãos que estavam sujas com caneta (com Lifebuoy, claro). Muitos closes no produto.

Cena no pátio “nossa como essas meninas falam, parecem até matraca”, e zoam Cirilo por prestar atenção no que elas falam. Conversam sobre o Tom, que não sabem quem é. “Ah, as mulheres adoram um segredinho”, música de intriga. Jaime ‘sinceramente eu não sou muito fã das mulheres, mas eu não acho muito certo elas nos trocarem por esse desconhecido’. (estão com ciúmes do menino novo). Resolvem “ir tirar satisfação” com as meninas. Cena para as meninas conversando e elogiando intensamente a Tom. Os meninos perguntam se eles conheceram alguém novo. Elas dão a satisfação. Discutem sobre não ter que falar nada sobre Tom para os meninos. Uma delas diz que isso é machismo e outro rebate que isso é ‘realidade’.

O pai diz que não adianta fazer varias coisas (estudar, trabalhar, dançar balé). Daí ‘balé não né pai’. O pai diz que a melhor coisa que um homem pode ter é família e amigos.

Cena das meninas com Tom, brigando pelo direito de empurrar a cadeira de tom e se xingando por causa disso.

Só consegui ver a parte final da novela neste dia porque cheguei muito tarde em casa devido ao engarrafamento das pessoas voltando do ano novo.

02-01-2013

As meninas falam aliviadas que despistaram os ‘cuecas sujas’ Tom se ofende e elas falam que ele é diferente dos outros meninos. Tom quer conhecê-los, mas elas dizem que os meninos são muito chatos. Elas falam que ele é o segredo delas. Os meninos as alcançam elas e Tom finalmente se apresenta pros meninos. Música tensa. Elas falam que ele é filho de Glória e que é segredo. Tom diz se a mãe descobrir que ele sai de casa ele vai pra escola e ele não quer. Os meninos elogiam a cadeira dele.

Helena passa uma lição de repetir um trava línguas (!?). As crianças repetem numa bagunça só, um deles diz que é velho o trava língua. Helena diz que os meninos tem que repetir ou eles não saem pro recreio, depois de protestos a professora diz que isso também vale pras meninas. Ela pergunta um por um e só uma menina e Jorge conseguem. Os meninos comemoram e todos saem pro recreio.

Cena no recreio, o menino dos fones rouba um pedaço de sanduíche de Valéria e sai correndo porque ‘hoje não tem o Davi pra me defender’. As meninas conversam sobre a falta dele.

Cena no pátio, as crianças todas elogiam os sanduíches de Graça. Valéria diz que não conseguiu comer o dela por estar preocupada por Davi não ter avisado que faltou. Maria Joaquina questiona se ela é dona de Davi . Valéria briga com xingamentos com Maria Joaquina. Helena interrompe e diz pra elas não perderem o respeito uma pela outra.

Os dois conversam com ele e perguntam por que ele pichou o muro. Davi fala que foi uma menina que pediu pra ele pichar. A professora pergunta se foi Valéria, ele fala que foi a menina da sinagoga. Davi fala que não pode dizer que foi ela que fez tudo porque senão Valéria termina o namoro com ele.

Helena pergunta se ele sabia que era o muro da delegacia, ele diz que não, fala que a lata era dele mas que ele não pichou. René diz que ele falou que tinha outra pessoa com ele. Helena diz que era uma menina e o delegado diz que ficou mais chocado ainda.

04-01-2013

René e Davi discutem como Davi pode voltar a ser amigo de Valéria, e sugere dar presentes pra ela. O professor diz pra ele que não é garantido porque 'vai entender as mulheres'.

Davi se interroga como vai arrumar dinheiro pras flores e chocolates que quer dar com Valéria. Diz que não pode casar com Valéria porque ela é judia. Os meninos acham uma absurdo gastar dinheiro com presentinhos pra meninas (todos falam). Ficam horrorizados com o valor dos presentes. Jaime tranquiliza Davi -música de herói- e dá uma sugestão em segredo pros meninos. O telespectador não sabe o que foi combinado. Jaime leva Davi no hall da empresa de Morales, eles bebem água do filtro PURITY e vão procurar o irmão de Jaime.

Cena na casa abandonada, e as crianças discutem como a felicidade de uma pessoa pode depender de uma garota. Alguns dizem que são felizes porque nenhuma menina gostam deles, e o dos fones fala que prefere ficar sozinho que ficar com uma mulher pegando no pé deles. Jonas pergunta qual é o presente, ele diz que é pra chocolates e flores e Jonas diz ISSO É PRESENTE DE MULHER, diz que ele é muito novo pra se preocupar com namorada e os dispensa.

Cena na casa de Valéria, no quarto estudando. O quarto é rosa e cheio de flores. Ela diz que não consegue se concentrar por culpa do Don Juan Davi, conquistador de meninas, traidor. Cena de Davi e Jaime insistindo com Jonas. Morales entra, Jaime fala que Davi está com problemas conjugais, problemas femininos (barulho engraçado). Morales diz que as mulheres as vezes são complicadas, que gostam de ser mimadas, Jaime

diz que ele é experiente e sabe o quanto as mulheres são interesseiras, Morales diz que não e fala dos paparicos que as mulheres precisam. Dá boa sorte a Davi, fala que conquistar uma menina não é nada fácil, mas vale a pena. Jonas finalmente dá 50 reais pra ele.

Cena na casa abandonada, Davi manda um SMS pros meninos falando que está indo e pede pros meninos irem junto. Eles falam que ele provavelmente tá com vergonha, porque também sentiriam vergonha de comprar presente pra mulher.

Cena na casa de Valéria, todos os meninos entram, Davi leva os presentes pra ela e conversa com a mãe de Valéria. Ela diz que Valéria está triste, mas que acha a atitude de Davi muito boa. Acha inclusive que Valéria irá perdoar Davi. Jaime diz 'do jeito que as mulheres são interesseiras eu acho que Valéria irá perdoá-lo'. Cirilo defende (Maria Joaquina) falando que ela não é interesseira. Música engraçada e Jaime diz que ele deve viver no mundo da lua pra achar isso.

Valéria está no quarto, a mãe entra com Davi (de terno e gravata e com presentes). Valéria diz por que ele trouxe presentes. Ele diz que presentes nunca falham e que todas as mulheres gostam de presentes. Ela pede pra ver os presentes. Abre uma caixa de chocolates da cacau show (?). Os meninos se questionam se eles já fizeram as pazes. Valéria entra correndo atrás dele, jogando os presentes e falando 'você não vai me comprar com presentinhos ' e joga tudo fora.

Cena da pegadinha da menina morta no elevador feita no programa do Silvio Santos, as crianças assistindo no computador na casa abandonada e rindo um monte. As meninas que estão assistindo ficam com medo, e o japones que está com elas diz pra 'deixarem de ser menininhas, porque é de mentira'. Música tensa, a luz falha e todo mundo grita. A menina da pegadinha aparece na casa abandonada e faz a mesma coisa do elevador. As crianças ficam apavoradas. Música tensa. A menina grita e todos se escondem. As meninas falam pra o Japones ir lá falar com ela e ele se recusa, falam pra bater nela e ele diz que não bate em mulher.

Laura aparece e explica a história porque ela 'adora contar histórias', e diz que acha que tem algo entre Davi e a menina pichadora, que foi uma traição e que Valéria não tem que perdoar nele, porque ela já viu essa história em vários contos românticos.

Valéria chega, Firmino diz que Davi está sofrendo por ela, ela diz 'que sofra', Jaime vê tudo e diz 'mulheres, mulheres', diz que não vai casar com uma mulher nunca, e que nunca vai ficar sustentando essas meninas aí, Firmino diz 'muito bem Jaime' a esta afirmação.

Cena na diretoria, a diretora está bem nervosa, briga com Graça e ameaça despedi-la. Graça responde, Firmino manda ela calar a boca e ela pede desculpa. Barulhos engraçados durante toda a discussão.

Firmino chega e briga com Graça porque ela tem uma gota que não consegue ficar quieta e a manda limpar a sala da diretoria. Ela começa a falar e Firmino manda ela calar a boca de novo porque a 'quota de besteira dela já acabou' música engraçada.

Cena na sala de aula, Helena sugere como funcionará o festival, e frisa que ninguém será obrigado a participar. Helena repara que Valéria mudou de lugar , ela fala que não vai voltar pra ficar longe de Davi. Helena pergunta quando isso vai passar e ela diz que ela herdou o orgulho familiar dos antepassados. Valéria chama Davi de traidor mentiroso como todos os homens são. Jaime fala pra ela ter cuidado com o que fala, começa um fuzuê na sala de aula.

08-01-2013

A primeira cena é composta das meninas consolando Valéria, que está vendo TV comendo sorvete como nos filmes americanos. Davi conversa com Laura, e até cogita estar doente pra ter o perdão de Valéria. Laura se oferece pra ajudar mas ele parece não aceitar. Cena no quarto de Valéria, sons engraçados das meninas conversando sobre não aguentar mais ver o programa que Valéria está vendo (é um leilão de gado). Elas começam a ouvir música escondido pra se distrair.

Casa de Valéria , Maria Joaquina diz que demoraram porque 'nós as meninas' estavam resolvendo assuntos importantes. Em seguida, as meninas trocam cumprimentos bem falsos.

Cena na casa de Maria Joaquina, Cirilo vai visitá-la , ela fica com raiva. Ela pergunta o que ele quer, ele diz a respeito do concurso mas fala que foi ali pra dizer uma coisa importante e pede segredo. Cirilo fala que

Davi vai morrer , e explica a trama de Laura a respeito do fingimento de Davi. Maria Joaquina “não dá pra acreditar em vocês homens”.

Davi aparece indignado por ter levado uma bolada na cara e dá uma bolada na cara de Laura. Ela nem liga e se empanturra de bolo... Cena na casa de Jaime, os meninos riem da história. Davi fala que nunca mais que saber de mulher na vida, Jaime diz que as mulheres são burras mesmo, pois só pra ser mulher desperdiçar um bolo daqueles.

09-01-2013

Cena no pátio, Davi está sentado sozinho e desconsolado. O professor René aparece e pergunta porque Davi está triste. Ele diz que as mulheres só nos machucam. René concorda dizendo “e como”, Davi sai.

Cena na Sala de aula, entra a diretora, Suzana e um chef italiano que irá julgar os pratos da festa. O chef dá em cima de professora helena, Laura diz que é romântico, as meninas discutem sobre a atitude do chef. Maria Joaquina diz que é um costume europeu dar em cima das mulheres. A diretora fala sobre o chef e diz pra todas as crianças agradecerem.

Cena na casa dos pais de Jaime, os dois estão falando de honestidade e corrupção. Os dois falam que nessa vida sempre tem que fazer o que é correto. Falam que corrupção é o pior dos pecados.

Suzana diz que Helena deve estar atrasada ‘como sempre’ música de tensão. Elogiam o vestido de Helena, tensão troquinha de farpas entre as duas (essa é a comunicação padrão entre todas as mulheres da novela).

O chef dá em cima de Helena de novo, close nele beijando a mão da professora. Laura e outra menina veem e dizem que não deixariam qualquer homem beijar a mão delas.

Firmino e a mãe de Valéria ficam com dó de Davi e dizem que ‘ele não escolheu uma menina fácil’. O pai de Jaime diz que a feijoada dele é ‘de macho’. Os meninos conversam sobre os pratos. Davi está todo triste ainda. Maria Joaquina chega no grupinho, música tensa, todos os meninos vão embora assim que ela chega.

10-01-2013

Cirilo está sentado no pátio chorando, as meninas (Valéria e outra) tentam consolá-lo. Ele diz que queria que a Maria Joaquina provasse a sopa. As meninas meio que o repreendem por ele não estar triste pelos pais e ele diz que está triste pelos dois. Paulo vai falar com Cirilo, diz que foi sem querer e pede desculpas. As meninas falam que não adianta pedir desculpas agora, Paulo as manda ficarem quietas e diz que as meninas são todas umas intrometidas.

Cena de René e Suzana, que tenta dispensá-la de sair à noite (os dois andam de braços dados). René olha pra Helena a distância, Suzana fica com raiva, diz que todos os homens são iguais e sai.

Cena no quarto de Firmino, Paulo colocou um avental e tenta cozinhar, usa os ovos com casca, as meninas questionam e ele diz que elas são só assistentes.

Maria Joaquina chega e zoa Cirilo falando que ele deveria ter agradecido que a sopa caiu no chão. Valéria e ela trocam ofensas.

O Chef elogia os pratos, todos na escola aplaudem. Ele elogia os pratos, dá em cima de Helena, pede pra professora anunciar (e dá a entender que o melhor prato é ela). Helena agradece a colaboração de todos, e a diretora também diz que superaram as expectativas. As meninas ainda estão com pena de Cirilo e tentam consolá-lo. Valéria elogia Cirilo (e dá a entender que fez isso apenas pra fazer Maria Joaquina passar raiva), não porque realmente o estava elogiando.

Cirilo diz que tem que conseguir a bola premiada do Cafu. Os dois conversam sobre o prêmio, que pras meninas é uma boneca com um guarda roupa cheio de roupas e o dos meninos é um patinete motorizado. A mãe se oferece pra juntar dinheiro e dar um patinete motorizado pra ele. Ele pensa sozinho e fala que não quer ganhar o patinete, e fantasia em dar o prêmio das meninas pra Maria Joaquina.

Cirilo pergunta como ele faz pra conseguir a bola com a foto mais difícil. As meninas falam sobre a coleção, todas zoam Laura. Bibi fala que acha a coleção muito pra menino. Laura diz que queria ganhar a boneca. Helena pergunta dos prêmios, ele explica as diferenças dos prêmios, Helena diz que fica com as bonecas e ele com o patinete. Cirilo

diz que quer a boneca e Helena estranha e fala que não entendeu. Pergunta por que ele quer a boneca e ele não responde.

11-01-2013

Cena no pátio, meninas conversando, chega Valéria e senta ao lado de Maria Joaquina, que levanta e sai. As duas trocam olhares venenosos. Valéria diz que ela quer perguntar uma coisa, e pergunta por que ela sempre trata Cirilo mal. Maria Joaquina diz que ele enche a paciência dela, uma das meninas diz que ficaria grata com um menino fazendo isso pra ela. Maria Joaquina diz que é porque elas não estão no lugar dela, e diz que ele é como uma mosca atrás dela. Valéria faz piada venenosa “moscas só vão atrás de coisas estragadas”, e todas as meninas riem.

A mãe hesita, ele insiste, a mãe concorda e fala que Cirilo ficará feliz só do pai tentar. Diz que espera ter sorte e que Deus olhará por eles.

O pai diz que irão comprar o patinete pra ele, Cirilo diz que estão querendo comprar o patinete, ele diz que a mãe já tinha dito. O pai fala ‘como sempre as mulheres chegando na frente’. Cirilo fala sobre o prêmio das meninas, que é uma boneca com o guarda-roupa cheio. O pai fica sério, e diz que como Cirilo mesmo falou o prêmio é **das meninas**. Abertura da novela.

As meninas estão falando de um romance, um filme de aliens. Laura fala do filme e dos personagens bonitos. Chega Cirilo pra falar com Maria Joaquina, e fala que Paulo e Mário vão completar a coleção dele. Maria Joaquina pede pra ele parar de chateá-la. As meninas dizem pra Cirilo não ligar porque ela é chata mesmo às vezes. Cirilo a chama de novo, fala ‘aproveitando que agora só está nós dois’ e pede um abraço.

Cirilo fala com o pai que os meninos foram cumprir um combinado de cavalheiros (o pai o corrige, dizendo que eles não são homens ainda, e não dá pra ser cavalheiro sem ser homem) ‘um combinado de meninos então’.

Cena de Cirilo na venda, fica encantado com o patinete e olha pra casa de bonecas. O dono da venda pergunta com raiva se ele precisa de ajuda. O dono da venda pede pra alguém conferir as bolas e fala que vão

separar o patinete. Cirilo diz que quer a boneca, o dono estranha, pergunta se ele tem uma irmã, ele diz que tem um compromisso, e sonha acordado com um dia romântico com Maria Joaquina no parque. Ela fica encantada com o presente (no desvario de Cirilo).