

SENSIBILIZAÇÃO E CONVENCIMENTO: A PROPAGANDA E OS MODOS DE SER CRIANÇA

SARITA ETERNA LOPES CASARIM (UNESP).

Resumo

Tomando como princípio as idéias de Philippe Ariès e Neil Postam sobre o surgimento da idéia de infância, analisamos as transformações que ocorrem na concepção de infância ao longo do tempo e a idéia de desaparecimento hoje. Buscamos compreender tais mudanças, apoiando-nos nas pesquisas de Inês Sampaio sobre a influência da televisão e da publicidade neste processo. A infância, tal como conhecemos hoje é uma construção social. Há indícios de que o início da infância tenha surgido entre os séculos XVII e XVIII. Mudanças de comportamento da sociedade aos poucos desenharam a infância atual, a indiferenciação entre as fases da vida deu lugar à formação de dois mundos distintos, o mundo adulto e o infantil. Hoje temos uma infinidade de produtos de consumo destinados à criança, que é tratada como consumidora ou um consumidor em potencial. A criança não possui um lugar estático na sociedade, o olhar e o lugar da infância estão em constante transformação. Pensando em tais influências, nas transformações que correm na infância e dirigindo nosso olhar para a mídia televisiva e as propagandas publicitárias, buscamos, com este estudo, ler, a partir destas propagandas publicitárias televisivas, as formas que estas indiciam, mostram e criam, o modo de ser criança e de conceber a infância na contemporaneidade.

Palavras-chave:

Infância, Publicidade, Mídia.

Este trabalho é parte de um trabalho de conclusão de curso em andamento. A preocupação com a influência da mídia na infância atual baseou a elaboração e desenvolvimento desta pesquisa.

Propomos iniciar este trabalho retomando a questão da infância e seu surgimento, sua invenção. Para tanto baseamos nosso estudo no trabalho de Philippe Ariès e a idéia de construção social da infância. Segundo Ariès durante muitos séculos não havia esse sentimento em relação à infância que existe atualmente. A infância tal como conhecemos hoje, como uma fase da vida na qual o ser humano é especial, com um mundo construído para seu desenvolvimento e diversão, é algo novo dentro do histórico da cultura ocidental. Foi aos poucos construído pela sociedade. Por muitos séculos essa infância não existia, as crianças eram tratadas de outra forma.

Uma constatação de Ariès é que não existia um sentimento de infância antes do século XVII. As crianças participavam abertamente do mundo adulto, sem distinção: sexo, guerra, temas considerados parte do mundo adulto eram tratados abertamente entre todas as idades. A teoria de Ariès é pautada nos indícios que a Arte pode oferecer sobre a infância nas diferentes épocas, seus estudos foram feitos a partir de observação das diversas manifestações artísticas (da Antiguidade) como a pintura e escultura. A infância, nas sociedades européias, estava limitada a uma fase curta da vida, quando as crianças precisam de mais cuidados, não andam e não se alimentam sozinhas, são dependentes de outra pessoa. Passada essa fase as crianças já eram vestidas e tratadas como adultos.

Essa indiferenciação acontecia em todos e de todos os modos, nos comportamentos, nas relações pessoais e tratamento da infância. Em relação à

vestimenta, traje, a criança não era diferente do adulto. Quando bebês, tanto meninos quanto meninas usavam vestidos longos e touca, os meninos continuavam a usar vestidos até aproximadamente sete anos, quando passavam a usar calças curtas. As meninas passavam dos vestidos que os bebês usavam para os vestidos das mulheres da época (KOHAN, 2003):

As crianças eram vestidas como homens e mulheres tão logo pudessem ser deixadas as faixas de tecido que eram enroladas em torno de seu corpo quando pequenas. Não existia o atual pudor frente às crianças a respeito de assuntos sexuais. (p. 65)

A perda das crianças era um fato comum, por vários motivos as crianças não resistiam e morriam antes de chegar à vida adulta. Os adultos não se apegavam tanto à criança, pois sua perda já era de certa forma esperada. Ninguém pensava em conservar o retrato, através da pintura, de uma criança que tivesse sobrevivido e se tornado adulta ou que tivesse morrido ainda pequena. No primeiro caso, a criança que chegou a vida adulta, a infância era considerada sem importância, sem motivo para fixar-se na lembrança, afinal ela havia chegado a um grau maior de desenvolvimento, superando a infância. No segundo caso, a criança morta, não era importante, afinal, muitas crianças morriam, esse fato era comum. Sendo assim, não haviam motivos para retratar uma criança.

Áries, ao observar a arte medieval, percebe que a infância não era valorizada. Até o século XIII, não existem crianças caracterizadas por uma expressão particular, e sim homens de tamanho reduzido. As crianças eram representadas em esculturas e ilustrações sem diferenciação dos adultos, apenas tendo como diferencial o tamanho da imagem. Geralmente as imagens que representavam uma criança eram metade do tamanho da imagem que representava um adulto. Por volta do século XIII, surgiram alguns tipos de imagem da criança um pouco mais próximos do sentimento moderno. Com a representação da imagem de anjos e do menino Jesus, iniciou-se a representação mais próxima à criança real. Antes a imagem da criança não era clara, passando a ganhar um papel de destaque, chegando a ser o principal personagem da composição. É a primeira evidência do início da concepção de infância atual.

Segundo Áries a infância passa a existir a partir da paparicação das amas de leite aos gracejos dos infantes. A criança passa a ser um divertimento para o adulto, satisfazendo muitas vezes aos adultos e não à própria criança, que passa a adquirir um espaço no meio familiar, sua vida passa a ser mais valorizada. Como passam a morrer menos, passam a fazer parte da família. As crianças viviam mais tempo e sua existência é mais valorizada. Kohan, ao citar a segunda tese de Áries, destaca algumas mudanças na sociedade em relação ao modo de ver a criança (KOHAN, 2003):

A partir de um longo período, e, de um modo definitivo, a partir do séc. XVII se produz uma mudança considerável: começa a se desenvolver um sentimento novo em relação à "infância". A criança passa a ser o centro das atenções dentro da instituição familiar. A família, gradualmente, vai organizando-se em torno das crianças, dando-lhes uma importância desconhecida até então: já não se pode perdê-las ou substituí-las sem grande dor, já não se pode tê-las tão em seguida, precisa-se limitar o seu número para poder atendê-las melhor. (p.66)

Postman também discute as transformações na sociedade que culminaram na formação de dois mundos: o infantil e o adulto. Segundo Postman a invenção da infância dá-se no período do surgimento da tipografia. As informações passam a ser divulgadas de modo impresso, institucionaliza-se com o modo de acesso ao

conhecimento, um código. Para entender tal código faz-se necessário aprender a ler. Distinguindo-se assim o mundo dos letrados, mais informados, com livre acesso às novidades e notícias e o mundo dos não letrados, adultos que não sabiam ler e crianças, que não tinham acesso ao conhecimento e influenciavam pouco, ou nada, no desenvolvimento da sociedade.

Antes, como as informações e notícias eram passadas de maneira oral, eram acessíveis a todas as pessoas e facilmente entendidas, devido à linguagem usada, ao modo de se comunicar. A necessidade de ler, para conhecer o que no momento estava nos livros, criou um período de preparação para tornar-se adulto e ingressar no mundo do conhecimento. A invenção da infância, segundo Postman, (POSTMAN, 1999) dá-se desta maneira:

A tipografia criou um novo mundo simbólico que exigiu, por sua vez, uma nova concepção de idade adulta. A nova idade adulta, por definição, excluiu as crianças. E como as crianças foram expulsas do mundo adulto, tornou-se necessário encontrar um outro mundo que elas pudessem habitar. Esse outro mundo veio a ser conhecido como infância. (p. 34).

Com as mudanças gradativas no conceito de infância passa a existir uma gama de segredos e temas "proibidos" às crianças, tais como: sexo, violência, doenças e morte. Tais temas passam a ser revelados aos poucos, nos momentos certos, com todo o cuidado e aparato necessário para não haver um abalo psicológico que possa interferir em seu desenvolvimento saudável.

Para fortalecer ainda mais o conceito de infância surgem as instituições próprias para a educação e preparação da criança: a escola. Compondo o mundo infantil, fortalecendo as diferenças entre as idades e a necessidade de preparação para adentrar a vida adulta. Segundo Postman (POSTMAN, 1999):

Com a escola, serva da tipografia, os adultos adquiriram um controle sem precedentes sobre o ambiente simbólico do jovem, e estavam, portanto, aptos e convidados a estabelecer as condições pelas quais uma criança iria se tornar adulto. (p.64)

A idéia de infância e tudo que ela representa, afetou com lentidão as classes de renda mais baixa, devido à necessidade que as crianças, de classes menos favorecidas financeiramente, tinham de trabalhar. Durante a revolução industrial, muitas crianças trabalharam nas fábricas e minas, participando ativamente do árduo trabalho adulto, com jornadas intensas, sem diferenças de tratamento, servindo de mão de obra barata. A proibição do trabalho infantil, no Brasil com a constituição de 1988, amenizou a exploração, mas sabemos que atualmente ainda há a ocorrência de trabalho infantil, principalmente nos países subdesenvolvidos.

Essa infância criada a partir da necessidade de preparação para a entrada no universo adulto, devido à necessidade do letramento, apresentado por Postman é afetada e transformada a partir no momento em que a televisão passa a fazer parte dos lares, ganha espaço e passa a fazer companhia principalmente às crianças.

Com a invenção da televisão a aceitação e aquisição desse aparelho pela sociedade, o conhecimento, as informações, passam a ser veiculadas com uma linguagem inteligível a todas as idades, sem necessidade de preparação para o entendimento e interpretação dessa linguagem. A televisão com sua linguagem clara, apetrechos visuais e auditivos, inteligível com ilustrações chamativas e cativantes, ganha atenção de todas as idades, principalmente das crianças. Aos poucos as crianças passam a ter programações especialmente dirigidas a elas e os pais passam a

confiar à televisão a complementação da educação de seus filhos. Conforme dados do IBGE, a criança brasileira é a que mais assiste TV no mundo: média de 4h 51 minutos e 19 segundos por dia. Nada impede o acesso da criança às programações destinadas ao público adulto e nada indica que esta "educação" oferecida pela televisão contribui de forma positiva em sua formação.

No início da entrada da televisão nos lares de poder aquisitivo maior, houve reclamações por parte das famílias que tinham crianças, pois elas ficavam entretidas com a televisão e não iam dormir no horário que os pais queriam. Para resolver o problema, uma emissora de TV criou um *jingle*, uma música que dizia às crianças que estavam assistindo à televisão que era hora de dormir. As crianças passaram a obedecer à música e o problema que a televisão vinha trazendo aos lares foi resolvido pela própria televisão. Nessa situação podemos perceber como é grande a influência da televisão, mesmo em seu início, quando não era a maioria dos lares que contavam com esse aparelho. Hoje podemos dizer que o mundo passa na tela da TV: notícias, informações, conhecimento ao alcance de todos, sem restrições. Assim sendo a distinção entre o mundo adulto e o mundo infantil se dissolve nas programações da TV, temas como: violência, sexo, corrupção, vinculam-se livremente nas programações da televisão.

Estudos de Sampaio (2000) apontam os programas televisivos favoritos das crianças, em sua maioria são programas destinados ao público adulto, como novelas e noticiários. Com o acesso a esses programas as crianças passam a estar mais envolvidas com mundo adulto e acabam por inserem-se neste mundo mais cedo. Postman (1999) aponta a televisão como o principal meio de adultização da infância e alterações que a infância vem sofrendo. Justamente por ter uma linguagem clara e cativante e por ser um forte veículo de informações, o conhecimento volta a ser acessado por todas as idades, o mundo adulto é exibido às crianças e os segredos revelados.

Sabemos, através destes autores, que transformações sutis na sociedade desenharam esta infância, que ainda passa por transformações. Postman, acredita que a infância realmente caminha para o fim, para uma volta ao passado quando não havia distinção entre adultos e crianças. Já outros teóricos da infância como Leite (2002), acredita que a infância passa por transformações, mas não é o fim, mas sim um novo olhar para a infância, uma infância remodelada (LEITE, 2002):

A infância passa por profundas alterações, no que diz respeito ao modo de ser pensada e vivida. Sendo assim, é possível verificar que estas alterações fazem eco a transformações na ordem dos valores, dos sentidos, da moral, na ordem política e econômica. A produção de uma infância mais voltada ao consumo, as transformações acerca da educação (tanto formal como informal), o julgamento moral do certo e errado, as políticas voltadas para as crianças e o potencial financeiro de seus investimentos são exemplos destas alterações, que provocam rápidas e profundas mudanças nos modos de vida e nas formas de ver e viver das pessoas de diferentes culturas e níveis socioeconômicos. O modo das relações humanas é afetado por essas transformações. (p. 20)

Contudo, temos que aceitar que mudanças na maneira de conceber a infância estão ocorrendo. Segundo Leite (2002) tais mudanças podem sugerir que a infância não ocupa um lugar claro e definitivo nas relações sociais hoje, acreditando que: *"A noção de infância passa por um intenso processo de transformações que, ao mesmo tempo em que comportam mais as antigas concepções de infância, agregam nelas muitas das noções presentes em toda a história da sociedade ocidental."* (LEITE, 2002: 23)

Como já citado, a televisão é um forte instrumento de veiculação de informações e conhecimento. Há órgãos responsáveis por medir a popularidade de cada emissora de televisão. Para os publicitários, o interessante é conseguir atingir com suas propagandas o maior número de telespectadores. As propagandas publicitárias de maior investimento, dirigidas ao público adulto são transmitidas no horário nobre da televisão, que no Brasil é a partir das 21 horas. As propagandas direcionadas às crianças geralmente são transmitidas nos intervalos comerciais de programas dirigidos ao público infantil. As propagandas publicitárias, durante os intervalos da programação ou inseridas na programação, financiam as emissoras. Aumentando assim a competição entre as emissoras por maior audiência.

As emissoras buscam exibir programas que chamem a atenção do público, gerando maior audiência, geralmente os programas mais assistidos pelo público são as novelas e os famosos Reality Shows. Prestigiados por crianças e adultos. Sampaio indica que as crianças e adolescentes ocupam um papel de destaque nas programações das emissoras brasileira: "*Esse é um dado recente da década de 80, quando a programação infantil ganha importância crescente nas diversas emissoras e explode a oferta de comunicação dirigida especialmente a esse público.*" (SAMPAIO, 2000: 147)

As propagandas publicitárias, muitas vezes usufruem da imagem da criança para divulgar os produtos e serviços oferecidos. A infância aparece nas propagandas de diversas formas. Segundo Sampaio (SAMPAIO, 2000):

A criança e o adolescente deixam de ser uma questão de interesse particular de pais e educadores, tornando-se alvo do interesse da propaganda, particularmente da publicidade, e do marketing. A recorrência de matérias, nessa última década, focalizando aspectos da relação da criança com o consumo são ilustrativas dessa nova postura. Na imprensa não especializada, verifica-se, simultaneamente, a tematização desse processo de valorização da 'criança enquanto consumidor e da 'relação criança e mídia. (p.148)

Através das propagandas publicitárias as crianças também são exploradas por serem vistas como um consumidor em potencial. Enquanto crianças influenciam nas compras dos pais, quando adultas elas mesmas farão suas compras. Sampaio destaca os principais aspectos da visão da mídia sobre o poder da infância no que diz respeito à possibilidade de lucrar com a imagem da criança (SAMPAIO, 2000):

O recurso à presença infantil, como componente da estrutura apelativa da publicidade, é utilizado também em decorrência de outras variáveis importantes consideradas pelos criativos e que não se reduzem à sua condição de consumidor. 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 interpretação 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 uma empatia com os anunciantes, favorecendo a aprovação dos comerciais. Em decorrência desse conjunto de fatores, a publicidade tem assumido um papel destacado de incentivo ao reconhecimento de uma condição mais autônoma da criança enquanto consumidor. Incentivo esse que, iniciado na esfera do consumo, não se restringe ao mesmo. (p.152)

Interessante destacar o incentivo que a publicidade tem dado à autonomia da criança enquanto consumidor. A criança, em sua história na sociedade passou bastante tempo sendo entendida como um ser inferior ao adulto. Mesmo ao ser paparicada sua inferioridade era reconhecida. A necessidade da criança em preparar-se para o mundo adulto realça sua natureza como um ser que não é, mas um possível. O adulto reconhece na criança uma possibilidade, mas não a olha como um ser com fala. O In-fante, sem fala, sempre predominou deste que a infância surgiu. A "autonomia" camuflada que o mercado quer da criança, é submissão ao mercado, quanto maior número de pessoas no jogo do mercado maior o lucro. Segundo Sampaio, ao tentar conquistar a criança, a publicidade reconhece nesta faixa etária (SAMPAIO, 2000):

1) A sua condição privilegiada de consumidor atual, com um poder razoável de decisão sobre as compras infantis; 2) de consumidor do futuro, a ser precocemente cortejado tendo em vista o processo de fidelização da marca; 3) o seu poder de influência sobre itens de consumo da família. A tendência no sentido de uma maior autonomia da criança no plano de consumo é indicada nas pesquisas com pais e/ou crianças. A literatura especializada confere destaque ao "poder infantil", qualificando as crianças não só como "independentes", mas como novos "ditadores de hábitos de consumo": Muitos mais que frágeis e angelicais, as crianças assumem atualmente um papel de "ditadoras" de padrão de consumo dentro de seus lares e significam um mercado potencial para uma série de produtos e serviços. (p. 152)

Diante das transformações que ocorrem na concepção de infância atualmente e concordando com Postman sobre a influência da televisão em tais transformações, dialogando com Sampaio, acreditamos que o modo como a criança é apresentada nas e pelas propagandas e filmes publicitários vinculados pela mídia televisiva, podem nos dizer, indicar pistas para uma leitura sobre novos contornos das noções de infância e infâncias na contemporaneidade. É possível lermos nas propagandas publicitárias televisivas as formas que essas indiciam, mostram e criam modos de ser criança e de conceber a infância na contemporaneidade. Em um momento em que a infância passa por transformações que podem levar a uma forma diferente de ser criança, pensamos que a leitura da infância nas propagandas publicitárias podem contribuir para um estudo sobre a infância na contemporaneidade.

REFERENCIAIS TEORICOS:

KOHAN, Walter. *Infância entre a educação e a filosofia*. Belo Horizonte. Autêntica, 2003.

LEITE, César D. P, *Labirinto: Infância, Linguagem e Escola*, São Paulo: Cabral, 2007.

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

SAMPAIO, Inês S. V. *Televisão, Publicidade e Infância*. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e desporto do Estado do Ceará, 2000