

A televisão como “espelho” do mundo real: crianças discutem questões do cotidiano através dos enredos ficcionais

Patricia Bieging¹

Resumo:

Este trabalho busca compartilhar os resultados da pesquisa de mestrado que teve como objetivo entender como as crianças se relacionam com as representações identitárias produzidas pelas mídias, e como tais representações são eventualmente efetivadas nas práticas culturais cotidianas das crianças. A pesquisa está fundamentada principalmente nos Estudos Culturais, buscando inspirações e respostas em situações de recepção envolvendo crianças de 9 a 12 anos, meninos e meninas. Em síntese, foi mostrado às crianças um episódio do seriado *Hannah Montana*, do *Disney Channel*, e o desenho animado *Zica e os Camaleões*, entendidos como textos geradores de análise e discussões em grupos focais e entrevistas semiestruturadas.

Palavras-chave: crianças, televisão, identidades culturais.

Abstract:

This essay aims seeks to share results of a master's degree search that had as an goal to understand how children relate themselves to the representations of identity produced by the media, and how such representations are eventually employed by children's daily cultural practices. This essay is based mainly on cultural studies, seeking inspiration and answers in situations of reception involving children aged 9 to 12 years, boys and girls. In short, it was shown to a group of children an episode of *Hannah Montana*, *Disney Channel* and Cartoon *Zica and the Chameleons*, both known as text generators of analysis and discussions within selected groups and as semi structured interviews.

Keywords: children, television, cultural identities.

Artigo recebido em: 10/02/2013

Aceito em: 28/05/2013

¹ É doutoranda em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP), Mestre em Educação, (UFSC), especialista em Propaganda e Marketing e graduada em Comunicação Social com habilitação em Propaganda e Marketing.

Introdução

A televisão ocupa em muitos lares o espaço central e de socialização da família, a sala de estar é o lugar em que as conversas e as trocas de experiências acontecem diariamente. Martin-Barbero (2003) cita a televisão como o meio que mais se aproxima do cotidiano familiar, pois sugere os produtos da mídia de forma imediata aos telespectadores, além disso, oferece um esquema para o controle da rotina.

As imagens e os sons veiculados na tela da TV nos levam a outros lugares, nos transportam rapidamente de um canto a outro e nos apresentam variadas formas de viver em sociedade. Imagens, sons, comportamentos, opiniões, enfim, uma infinidade de mensagens que ocupam um grande e importante espaço no dia-a-dia das pessoas, inclusive sugerindo novas e temporárias identidades culturais através do consumo de bens simbólicos (HALL, 1997). A avalanche diária de informações nos leva a pensar no lugar ocupado pela criança neste contexto e nas contemporâneas formas de consumo cultural.

Consideramos que a escola, a família e os amigos não são as únicas fontes de formação dos sujeitos e, sendo assim, esta pesquisa observa a programação da televisão a partir do conceito dos “dispositivos pedagógicos da mídia” (FISCHER, 2002), segundo o qual entendemos como pedagógicos todos os discursos midiáticos que nos sugerem “modos de ser e estar na cultura”. São narrativas que constantemente geram identidades culturais mutáveis (HALL, 1997) e nos disponibilizam modos de vida, regras sociais e culturais, desencadeando processos de identificação, apropriação e ressignificação.

Diante da presença diária da televisão no ambiente familiar, entendemos que as crianças aprendem com os meios e refletem o que é ressignificado e apropriado em suas práticas cotidianas, também no espaço escolar. Porém, é necessário ressaltar que, nesse processo, as pessoas se apropriam dos conteúdos de formas diferentes, pois, como explica Escosteguy (2001) além de pertencermos a culturas diferentes, temos também modos desiguais de nos apropriar e transformar as mesmas informações.

Consideramos que as mídias buscam no cotidiano as referências para a construção dos personagens (MORIN, 2004), porém percebe-se que em muitos desses textos contemporâneos, as representações são extremas e simplificadas, não existindo nuances e meios termos que possam corresponder à complexidade dos personagens. Contudo, entendemos que as crianças não assumem estas identidades e significados de forma simples e automática, mas estabelecem uma negociação a partir delas (BUCKINGHAM, 1993, 2007).

A partir desse contexto, a pesquisa aqui apresentada parte perspectiva dos Estudos Culturais que nos possibilita uma abordagem crítica em relação aos estudos de

recepção, que buscam cada vez mais relacionar os discursos da mídia com o cotidiano dos indivíduos, trazendo como foco do problema questões de negociação, ressignificação e apropriação (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

Alguns questionamentos nos levaram a pensar a questão da subjetividade e da construção de identidades na qual as crianças, de certa forma, são convidadas a participar, dentre eles: O que determinados estereótipos presentes nos discursos midiáticos trazem à recepção de grupos infantis? Quais as relações que as crianças estabelecem com eles? O que as crianças dizem sobre estas representações de “populares”, “perdedores”, “fracassados” entre outras, em que o sistema das mídias parece desejar enquadrá-las? E como se sentem em relação a elas?

Partimos do pressuposto de que as crianças ressignificam os conteúdos das mídias a partir das suas experiências e de acordo com o contexto ao qual pertencem²; e, ainda, que as mídias constantemente sugerem formas de ser e estar no mundo.³

Diante disso, somos remetidos a pensar na forma como os artefatos midiáticos vêm participando na construção destes modelos em nossa sociedade. Assim, o objetivo desta pesquisa baseia-se em problematizar os usos e a circulação de algumas categorias dispostas pelas mídias – como, por exemplo, “populares”, “perdedores”, “fracassados” e “nerds” – entre as crianças.

Objetos de análise e a metodologia

Aqui analisamos duas produções audiovisuais: uma delas o episódio “*Money for nothing, guilt for free*”, de *Hannah Montana* - da Disney Channel (CHRISTIANSEN, 2009), e a outra o desenho animado *Zica e os Camaleões: sempre às segundas* (MOTA, 2009), ganhador do prêmio de melhor animação na 9ª Mostra de Cinema Infantil de Florianópolis, em 2010.



Imagem 1: Hannah Montana
(CHRISTIANSEN, 2009, 11min. 45 seg.)



Imagem 2: Zica e os Camaleões
(MOTA, 2009, 07min. 22seg.)

² De acordo, por exemplo, com as pesquisas realizadas por Buckingham (1993; 2007), Girardello (1998, 2008), Fantin (2006), Munarim (2007), Odicino (2009), Tobin (2000) e outras.

³ Hall (1997, 2004); Jobim e Souza (1994); Kellner (2001); Morin (2004); entre outros.

O tema central do episódio do seriado *Hannah Montana* é uma espécie de gincana em prol da arrecadação de fundos para uma entidade carente, para a qual a escola se mobiliza. O enredo do episódio acontece no ambiente do colégio onde Miley estuda e traz uma crítica voltada às relações pessoais. A trama envolve uma disputa entre os alunos, pois quem arrecadar mais dinheiro terá um dia de folga na escola, uma foto no jornal e um vale-presente para compras no shopping. O episódio apresenta duas categorias entre os alunos: os “populares”, que buscam fama e dinheiro; e os “perdedores”, que desejam derrubar os “populares” do trono e impedi-los de ganhar novamente a competição

O episódio do desenho animado *Zica e os Camaleões: sempre às segundas*, apresenta o cotidiano de Zica, uma adolescente de 14 anos que usa a arte como forma de expressão e faz uma crítica da sociedade e dos comportamentos dos indivíduos, enfatizando os valores pessoais. Esta animação é considerada por seus produtores como o “lado B” de *Hannah Montana*. Zica, moradora da grande metrópole, utiliza a arte para retratar o seu cotidiano numa espécie de releitura que faz a partir do mundo que a cerca. O desenho mostra o cotidiano escolar de Zica, que é constantemente perturbada pelos colegas de classe e também considerada por eles esquisita e “nerd”. Zica não admite que ainda possam existir os “espertos” e os “otários”. A personagem critica durante todo o desenvolvimento da história a existência de grupos de pessoas tão diferentes do ponto de vista ético. De um lado ela fala dos “espertos”, que são aqueles que querem tirar vantagem de tudo e sempre se dão bem; e de outro os “otários”, que são aqueles que não lutam por seus direitos e deixam os “espertos” tomarem conta da situação.

A pesquisa foi realizada entre os anos de 2009 e 2011, na região da Grande Florianópolis.⁴ Foram aplicadas entrevistas individuais e discussões de grupo com 25 crianças, 14 meninos e 11 meninas com a faixa etária entre 9 e 12 anos, de contextos sociais diferentes.⁵ Os nomes das crianças referenciadas neste estudo são fictícios e foram escolhidos por elas mesmas.

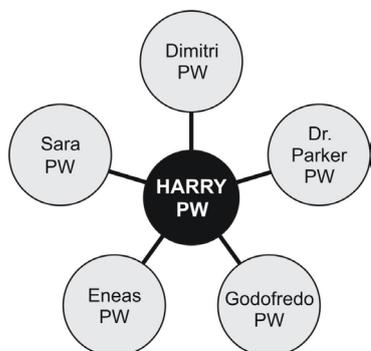
As crianças participantes desta pesquisa foram reunidas a partir de quatro crianças convidadas inicialmente, as quais chamamos de crianças-chave, sendo dois meninos e duas meninas. Essas quatro crianças já possuíam um perfil socioeconômico determinado, porém o grupo que elas criaram em torno de si não era exatamente do mesmo perfil que elas. Essas quatro crianças eram: uma menina estudante de colégio estadual, um menino de colégio municipal, uma menina de colégio particular convencional e um menino de colégio particular baseado na pedagogia *Waldorf*. O objetivo de convidar crianças de escolas diferentes foi o de obter visões e vivências diferentes, considerando seu convívio na escola e as diferentes classes sociais a que

4 A pesquisa foi aprovada de acordo com os princípios éticos estabelecidos pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa – CONEP: processo 747; FR: 332885.

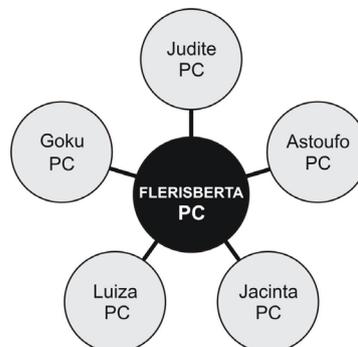
5 Para conhecer a metodologia completa e as estratégias de campo utilizadas consultar: BIEGING, Patricia. **Os desafios de campo: decisões e estratégias de uma pesquisa de recepção com crianças**. In: Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 2011, São Paulo. Congresso Internacional em Comunicação e Consumo. São Paulo: PPGCOM - ESPM, 2011.

pertencem, assim possibilitando maior abrangência nas reflexões.

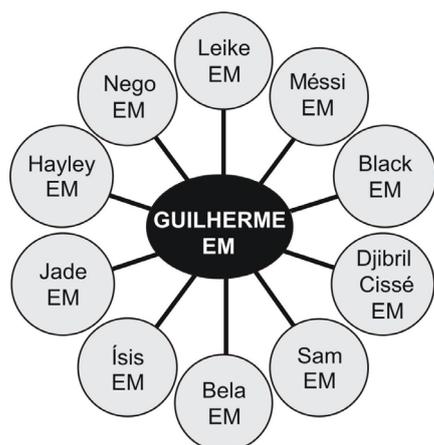
Cada criança-chave poderia convidar quantos amigos desejasse para participar da pesquisa. Os quatro grupos formados ficaram da seguinte forma:



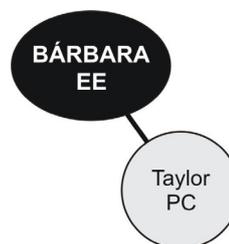
Grupo de discussão do Harry
Escola Particular de Pedagogia
Waldorf (PW)



Grupo de discussão da Flerisberta
Escola Particular Convencional
(PC)



Grupo de discussão do Guilherme
Escola Pública Municipal (EM)



Grupo de discussões da Bárbara
Escolas Pública Estadual (EE) e
Particular Convencional (PC)

A criança e a categorização social entre os seus pares

Quando o assunto é classificar e se classificar dentro de uma determinada característica, as falas das crianças dos quatro grupos não apresentaram grande diferença. Esta pesquisa não tem o intuito de realizar um comparativo entre as falas das crianças das quatro redes, mas sim tratá-las como sujeitos dispostos aos significados e às suas ressignificações a partir dos mesmos discursos midiáticos. Algumas das categorizações – “populares”, “perdedores”, “normais”, “excluídos” e “nerds” – que frequentemente circulam nos enredos dos programas de televisão, estão bastante presentes nos discursos das crianças participantes.

Tanto o desenho animado *Zica e os Camaleões* quanto o seriado norte-americano *Hannah Montana* destacam-se por apresentar em seus enredos grupos distintos e bem marcados: de um lado os “populares” e de outro os “fracassados” ou usando o termo em inglês e mais popularmente usado – os “losers”.

Amber e Ashley, duas das personagens de *Hannah Montana*, foram rapidamente identificadas e classificadas pelas crianças participantes da pesquisa como sendo pertencentes ao grupo dos “populares”. Segundo as crianças, algumas características ajudam nesta identificação como, por exemplo: são um tanto arrogantes, usam roupas da moda, possuem cabelos bem tratados, tiram as melhores notas da classe e fazem questão de enfatizar sua condição social privilegiada; este último lhes confere outro nível na hierarquia social onde o dinheiro compra tudo.



**Imagem 3: Ashley e Amber em *Hannah Montana*
(CHRISTIANSEN, 2009, 20min. 34seg.)**

Pesquisadora: Você falou que tem popular na tua sala?

Ísis: Tem.

Pesquisadora: O que é popular?

Jade: Aquela do filme. Ela é mais rica, então ela é a popular.

Méssi: Aquelas meninas do filme... a Amber e a Ashley.

Jade: Elas são populares daí... visse aquele... CDP... carteira do pai... que elas pegaram dinheiro... daí elas não foram arrecadar. E elas acham que podem pegar dinheiro da carteira do pai.

Godofredo: Pessoa popular é aquele se que acha. Que sabe tudo.

Sara: Ele é bom em números. Ele é bom em geografia, biologia, em tudo...

Dr. Parker: Não. Ele acha que é bom em tudo.

Sara: Ele se mete em tudo.

LaFontana e Cillessen (2002), a partir de pesquisa acerca da percepção das crianças sobre popularidade, já apontavam pistas para conseguirmos saber das crianças o que é ser “popular” e “impopular”. Os pesquisadores citam que bastaria pedir que

classificassem quem elas consideram ser ou não ser “popular”. Apesar de não termos perguntado as crianças diretamente sobre este assunto, as categorias foram surgindo no decorrer das conversas e as crianças foram relacionando determinadas características que para elas são determinantes nesta questão.

A diferenciação dentro dos grupos é equivalente ao posicionamento dos sujeitos na hierarquia social (Idem, 2002). Para manter este nível por vezes torna-se necessário que os “populares” equilibrem-se na fronteira entre o social e o antissocial, este fator parece dar aos sujeitos certo grau de dominação sobre os outros.

Owens e Duncan, (2009, p. 16, tradução nossa) pontuam que geralmente os grupos “populares” são aqueles mais visíveis dentro da escola, aqueles que possuem “grande prestígio, impacto público e poder social, sem necessariamente serem benquistos, agradáveis ou sociáveis,” sendo suas integrantes muitas vezes chamadas de “megeras” por seu comportamento mesquinho e agressivo.

Riqueza, pobreza e habilidade em determinadas atividades podem elevar ou diminuir a percepção dos sujeitos perante os seus pares. O *status* de “popular” torna-se não somente um diferencial, mas parece atribuir ou mesmo conferir a algumas crianças o direito ao sentimento de superioridade em relação aos demais. Quando Jade comenta que Amber e Ashley são as meninas “populares” por serem as mais ricas, ela traz em sua fala significados que estão além do que é dito explicitamente no seriado. Através de suas experiências e relações sociais, a menina encontra subsídios para interpretar as mais variadas questões subjetivas presentes no enredo do seriado. Parece que a atribuição do *status* de popularidade no espaço escolar, além de trazer conflito, separa, exclui, gera preconceito e violência. A questão da violência, das práticas de *bullying*, também foi bastante enfatizada pelas crianças participantes da pesquisa como sendo característica dos pares classificados como “populares”, porém este tópico não será discutido neste artigo.⁶

Tirar notas altas no colégio também tem o poder de elevar o *status* das crianças perante os demais colegas. Sara nos explicou que um colega da sua sala é “bom em tudo”, condição esta que faz dele um destaque entre os demais. Bela, uma das crianças participantes da pesquisa, também fala sobre a mesma questão e critica esta situação: “Nessas coisas de conflitos de sala... todo mundo tem, até a minha irmã fala. Tem uma guria na sala dela, que é amiga dela, ela ganha só nota boa e se a minha irmã tira uma nota boa, a menina fica com um ódio. É mesma coisa comigo. Toda escola é terrível”. A pesquisa de Kinney (1993) evidencia que tirar notas altas classifica os sujeitos como “nerds”, porém, as falas aqui relacionadas constata o contrário. Segundo este autor, alunos que estudam muito e tiram as melhores notas na escola geralmente não socializam muito com os demais colegas. Porém, evidenciamos que

6 Para maiores detalhes sobre esta questão, ver: BIEGING, Patricia. **Bullying no ambiente escolar**: relatos de crianças sobre esta prática entre os seus pares. In: 4º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação e 1º Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação, 2011, Canoas, RS. 4º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação e 1º Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação: desafios atuais. Canoas, RS: Ed. ULBRA, 2011.

as notas altas também podem elevar o nível hierárquico das crianças para a categoria “popular”. Em nenhum momento Sara ou Bela nomearam seus colegas como “nerds” ou socialmente excluídos em decorrência do seu desempenho escolar.

As duas meninas percebem que os colegas que se destacam por suas boas notas na escola tentam se colocar em um nível diferente dos demais, como se desejassem que seus feitos fossem admirados e seus méritos reconhecidos como algo extraordinário e digno de exaltação. O sucesso parece ter um grande valor no mundo escolar das crianças, fazendo-as entrar em disputas por melhores notas e, de certa forma, exigindo o merecido reconhecimento público. Percebe-se que as categorias sociais estão presentes não só no cotidiano dos adultos, mas também das crianças.

Perguntamos para todos os grupos de crianças como elas próprias se classificam nessa hierarquia. Sem nenhuma dúvida, todos garantiram que são considerados normais, ou seja, nem “popular”, nem “perdedor”, nem “nerd” ou “excluído”, apenas “normais”; é como se o “anormal” ou o “diferente” fosse sempre o outro e nunca a própria pessoa que se referencia.

Os “perdedores”, “nerds” ou “excluídos”, comparados com os “populares”, são classificados pelas crianças participantes desta pesquisa como socialmente excluídos, por possuírem pouca habilidade social e com esportes, e ainda por possuírem poucos amigos.

Godofredo ao falar da história apresentada pelo seriado norte-americano *Hannah Montana*, diz o seguinte: “A Miley acha que a Sarah é perdedora, porque ela só tem dois pares de meias”.



Imagem 4: Sarah em *Hannah Montana*
(CHRISTIANSEN, 2009, 14min. 12seg.)

Godofredo, ao falar que “Miley acha que a Sarah é perdedora”, refere-se ao contexto geral em que a personagem é apresentada no episódio. Sarah, em *Hannah Montana*, veste-se com roupas simples, usa óculos de grau, possui cabelos compridos e não mede esforços para ajudar o próximo. Em sua fala, Godofredo lembra da

cena em que Sarah visita, sem saber, a casa de Miley para pedir donativos para a instituição de caridade. Diante desta cena, Godofredo interpreta que a própria Miley, apesar de a personagem não dizer nada a este respeito, considera Sarah a “perdedora”. Ao interpretar quem seriam os “perdedores”, o menino vê na personagem Sarah características impróprias à categoria “popular”, ou pelo menos reações e comportamentos que não condizem com as meninas classificadas como “populares”, nesse caso Amber e Ashley. Neste fragmento, Godofredo parece se identificar com Miley, na tentativa de explicar quais seriam os atributos, ou ainda um elemento chave, para classificar uma personagem tão diferente das demais.

Pedimos então que as crianças pontuassem as similaridades entre os audiovisuais assistidos, o episódio do seriado *Hannah Montana* (CHRISTIANSEN, 2009) e o desenho animado *Zica e os Camaleões* (MOTA, 2009). A diferença entre os grupos no contexto dos audiovisuais foi novamente apontada.

Pesquisadora: O que vocês sentiram vendo os dois vídeos?

Sara: A Hannah sofria.

Harry: A Zica também.

Pesquisadora: Porque vocês acham isso?

Dr. Parker: Porque elas eram avacalhadas [falando dos papéis que Amber e Ashley colaram nas costas de Lilly e Miley].

Pesquisadora: Avacalhada como? O que você acha que fazia elas sofrerem?

Dr. Parker: Os outros tiravam vantagem dela. Porque elas [falando de Ashley e Amber] eram ricas e porque roubavam dinheiro da carteira do pai (sic) delas.

Pesquisadora: E vocês acham que a Miley na escola sofre por isso?

Godofredo: Sofre.



Imagem 5: Lilly e Miley – “dork, dorkier”

em *Hannah Montana*

(CHRISTIANSEN, 2009, 2min. 21seg.)



Imagem 6: Zica aborrecida com insultos das colegas

(MOTA, 2009, 2min. 57seg.)

No início do episódio da série *Hannah Montana*, Ashley e Amber colam nas suas costas de Lilly e Miley papéis indicando “imbecil” e “muito imbecil”, termos usados

na tradução do DVD. No desenho animado *Zica e os Camaleões*, Zica é considerada a “nerd” da turma, pois passa o dia inteiro trancada no quarto lendo, tira as notas mais altas em todas as disciplinas e é classificada como “desbotada” e a “fantasma de tão branca” pelas meninas “populares” da sua sala. Um dos meninos da sala de Zica, na imagem acima sentado atrás dela, com camiseta regata, diz: “Uma salva de palmas para a Zica, uuuuuu, a “nerd” do ano”. (MOTA, 2009, 3min. 47seg.). Gabi e Stefani acusam Zica de não se enquadrar com os demais colegas da turma.

As situações pelas quais passam Zica, Miley e Lilly nos colégios incomodaram especialmente ao grupo de Harry. Sara diz: “a Hannah sofria”. Sara se refere à humilhação sofrida pelas personagens Miley e Lilly quando os papéis foram colados em suas costas, sinalizando “imbecil” e “muito imbecil”. Diante da rapidez em sua resposta, parece que Sara se colocou no lugar das personagens, reprovando tal atitude. Dr. Parker explica que Ashley e Amber se veem no direito de “avacalhar” Miley e Lilly por serem ricas e terem acesso fácil ao dinheiro dos pais delas. As crianças se mostram bastante preocupadas com situações como esta não somente no seriado ou no desenho animado, mas também na vida real.

Taylor explica que o seriado é muito importante para as crianças, pois além de ser divertido, também ensina que precisamos dar valor aos amigos. Taylor diz que com o seriado a gente “aprende a como não ser aquela pessoa que despreza. Ensina a gente a se comportar. Não falar grossa com as pessoas, não gritar, não falar mal. Mas sim, tentar ajudar”. E Bárbara completa: “[ensina] a não desprezar os amigos. A não ser aquelas ‘populares’”. Ao falarem sobre as cenas do episódio, elas faziam rápidas ligações com as situações cotidianas e muitas vezes criticavam os comportamentos considerados errados por elas. As meninas evidenciam como os discursos das mídias têm grande importância no cotidiano de suas famílias; percebemos em suas falas como o “dispositivo pedagógico das mídias”, conforme sinaliza Fischer (2002), sugere “modos de ser e estar na cultura”, ou seja, nos ensina modos de vida e regras sociais e culturais para uso cotidiano.

Consideramos que as crianças conseguem identificar facilmente as mensagens explícitas do seriado. Mas, principalmente, que já possuem opiniões quanto às traças ou a caminhos mais fáceis que podem ser adotados para vencer certos obstáculos. Nenhum dos grupos se mostrou favorável ao “ir na carteira do pai”, seja para pedir dinheiro para ganhar a competição ou mesmo para suprir os desejos de consumo. As crianças enfatizaram que, mais do que ganhar, os personagens do seriado deveriam se esforçar e vencer por mérito próprio. Em geral falam das personagens Amber e Ashley de modo negativo.

Considerações Finais

O objetivo central desta pesquisa foi conhecer e compreender melhor como as

crianças percebiam e se relacionavam com determinadas categorias estereotipadas apresentadas pelas mídias e, especialmente, problematizar os usos e a circulação dessas representações entre os seus pares. Apesar de esta pesquisa ter a participação de crianças de contextos sociais diferentes, percebemos que elas possuem pensamentos parecidos, ao discutir os mesmos vídeos.

A forma de vestir e os acessórios a que têm acesso dão às crianças o título de “populares”, características essas que as classificavam claramente dentro de um grupo uniforme. Notas altas foi outro fator considerado, além da habilidade com os esportes, que confere à criança o sucesso na atividade e uma atribuição de “popularidade” por parte dos colegas. Ficou claro também que esse *status* de “popularidade” dava às crianças desse grupo o poder tanto de importunar quanto de mandar nos demais colegas.

A condição social, principalmente quando comprovada através de artefatos tecnológicos e da forma de vestir dentro das tendências da moda, faz com que as crianças se destaquem das demais, gerando ainda mais diferença entre os pares. Mesmo que os colegas classificados como “impopulares” não concordassem com os comportamentos das crianças “populares”, em alguns casos, estes tentavam se aproximar e fazer amizade. A legitimação de todos esses fatores no espaço escolar faz com que as crianças vejam os “populares” como diferentes e lhes confirmem certo grau de aceitação, considerando, obviamente, o destaque que possuem no ambiente.

Características como falta de habilidade social, timidez e inabilidade com os esportes, classificavam as crianças como “nerds”, “perdedoras”, “fracassadas” ou “excluídas”. Diante do rumo que tomaram as discussões, a maior parte das crianças participantes se mostrou bastante incomodada com esta divisão entre os grupos na escola. As crianças classificadas nessas categorias foram citadas como incompetentes em diversas atividades desenvolvidas no colégio, geralmente atividades em grupo, como é o caso das atividades físicas.

Esta pesquisa, tenta evidenciar a importância para a educação dos Estudos de Recepção com crianças e, sobretudo, a necessidade de entender como elas se relacionam com os conteúdos midiáticos. Acreditamos que buscando compreender essas relações, enfocando especialmente o caso da televisão, poderemos destacar formas que as ajudem a ler os conteúdos criticamente. Considerando que a televisão participa, através dos dispositivos pedagógicos das mídias, da construção dos modos de ser, torna-se imprescindível criar espaços para a reflexão, para pensarmos, junto com as crianças, sobre os discursos da mídia. Além disso, este também é um espaço de reflexão para que o próprio adulto possa rever os significados que produz a partir de sua relação com as mídias.

Referências bibliográficas:

BIEGING, Patricia. **Bullying no ambiente escolar**: relatos de crianças sobre esta prática entre os seus pares. In: 4º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação e 1º Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação, 2011, Canoas, RS. 4º Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação e 1º Seminário Internacional de Estudos Culturais e Educação: desafios atuais. Canoas, RS: Ed. ULBRA, 2011.

_____. **Os desafios de campo**: decisões e estratégias de uma pesquisa de recepção com crianças. In: Congresso Internacional em Comunicação e Consumo, 2011, São Paulo. Congresso Internacional em Comunicação e Consumo. São Paulo: PPGCOM - ESPM, 2011.

BUCKINGHAM, David. **Children Talking Television**: The Making of Television Literacy. Critical Perspectives on Literacy & Education. London: The Falmer Press, 1993.

_____. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. São Paulo: Loyola, 2007.

CHRISTIANSEN, Roger. **Hannah Montana**: Money for nothing, guilt for free. Dirigido por Roger Christiansen. Produção Disney DVD. Manaus: Pólo Industrial de Manaus, 2009. 1 DVD Primeira Temporada, 19º episódio (22 min. 48 seg.): DVD, ntsc, son., color, legendado. Port.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

FANTIN, Monica. **Crianças, cinema e mídia-educação**: olhares e experiências no Brasil e na Itália. 2006. 409 f. Tese (Doutorado em Educação) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. **Educação e Pesquisa**, ano 28, n. 01, jan-jun, pp. 151-162, 2002.

GIRARDELLO, Gilka. Produção cultural infantil diante da tela: da TV à internet. In. FANTIN, Mônica; GIRARDELLO, Gilka (orgs.). **Liga, roda, clica**: Estudos em mídia, cultura e infância. Campinas, SP: Papirus, 2008.

_____. **Televisão e Imaginação Infantil**: Histórias da Costa da Lagoa. 1998, 349 p. Tese (Doutorado em Comunicação) Escola de Comunicação e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**. Porto Alegre: Faculdade de Educação da UFRGS, 1997.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e recepção**. São Paulo:

Hacker Editores, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru: EDUSC, 2001.

KINNEY, David A. From Nerds to Normals: The Recovery of Identity among Adolescents from Middle School to High School. **Sociology of Education**, v. 66, n. 1, pp. 21-40, jan. 1993.

LAFONTANA, Kathryn M.; CILLESSEN, Antonius H. N. Children's Perceptions of Popular and Unpopular Peers: A Multimethod Assessment. **Developmental Psychology**, USA, v. 38, n. 5, p. 635 – 647. 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: Comunicação, cultura e hegemonia. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2003.

MOTA, Ari Nicolosi. **Zica e os Camaleões**: sempre às segundas. Direção geral de Ari Nicolosi Mota. São Paulo: Ari Nicolosi Mota, 2009a. Desenho animado (11min.): son., color. Port.

MUNARIM, Iracema. **Brincando na Escola**: o imaginário midiático na cultura de movimento das crianças. 2007. 196 f.. Dissertação (Mestrado em Educação), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

ODININO, Juliane Di Paula Q. **As super-heroínas em imagem e ação**: gênero, animação e imaginário infantil no cenário da globalização das culturas. 2009. 251 f.. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

OWENS, Larry; DUNCAN, Neil. "They might not like you but everyone knows you": popularity among teenage girls. **Journal of Student Wellbeing**, v. 3, n. 1, pp. 14-39, ago. 2009.

TOBIN, Joseph. **Good guys don't wear hats**. Children's talk about the media. Teachers College Press, 2000.