

PERCEPÇÕES SOBRE A CONSTRUÇÃO SOCIAL DAS HISTÓRIAS DE SUPER-HERÓIS NOS PRODUTOS MIDIÁTICOS¹

Perceptions on the social construction of superheroes stories in media products

Bruna Milena Romanowski¹; Carlos Antônio da Silva²; Rochana Basso³

¹ Acadêmica do Curso de Pedagogia - URI Erechim. *E-mail*: brunamilenaromanowski2010@hotmail.com

² Professor do Departamento de Ciências Humanas - URI Erechim. *E-mail*: scarlos@uricer.edu.br

³ Especialista em Direito Civil e Processual Civil - Novos Fundamentos. *E-mail*: bassorochana@gmail.com

Data do recebimento: 23/07/2019 - Data do aceite: 24/10/2019

RESUMO: Este artigo procura apresentar as interações possíveis entre os super-heróis e sua influência comportamental nas crianças. Resgata-se a evolução da mídia televisiva, alcançando também outros recursos midiáticos de uso irrestrito. São relatadas sinopses de vídeos de uso disponível em mídias gratuitas, cujos personagens são detentores de algum superpoder ou alguma supercapacidade, como inteligência, que o torna um ser único. Procura-se discutir sobre os aspectos de construção social que possa ser originada das trilhas veiculadas por mídia televisiva e sua relação com o que preconiza a legislação pertinente vigente, como o que é emanado da Constituição Federal, do Estatuto da Criança e do Adolescente, do Código de Defesa do Consumidor e do Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente. Os relatos apresentados visam a resguardar as crianças, principais alvos das propagandas, que, ao serem atingidas, tornam-se fiéis a produtos, marcas e à necessidade de consumir, prática imposta pela mídia, que deve ser estudada e tratada com a devida importância.

Palavras-chave: Construção social. Super-heróis. Mídias.

ABSTRACT: The aim of this article is to present possible interactions between superheroes and their behavioral influence on children. The evolution of television media is recovered, and also other media resources of unrestricted

use are reached. Synopses of public domain videos available on free media, whose characters hold some superpower or some super-ability as intelligence, which makes it a unique subject, are reported. This paper discusses the aspects of social construction that may originate from the tracks broadcast by television media and their relation to the current legislation, such as those emanating from the Federal Constitution, the Statute of the Child and Adolescent, Consumer Protection Code and the National Council for the Rights of Children and Adolescents. The reports presented aim to protect children, who are the advertising main target, and when influenced by them, become loyal to products, brands and the need to consume, which is a practice imposed by the media, which should be studied and given appropriate importance.

Keywords: Social construction. Super heroes. Media.

Introdução

A sociedade é o instrumento mais poderoso na formação e transformação de artefatos, comportamentos e instituições no decorrer dos tempos da humanidade. Alguns indivíduos desta sociedade são construtores, outros apenas reprodutores de tudo que é criado, mas isso não torna um melhor que outro, até porque há a necessidade dessa dinâmica das funções de ambos.

As construções sociais são cíclicas, resultantes das relações tanto sociais quanto culturais, que são modificadas, reforçadas e internalizadas dependendo da frequência da repetição de comportamentos, encontrados em instituições como: Escola, Família, Estado, Igreja, entre outras. Assim, são elaborados atributos como: regras, simbologias, valores e outras práticas, dentro do consenso das maiorias ou grandes potências influenciadoras de um determinado grupo social.

Postman (1999) destaca exemplos de filmes e desenhos em que os personagens reforçam aquele padrão de corpo cheio de curvas e músculos bem marcados sob suas

roupas, pretendendo propagar a necessidade de alimentação e exercícios demasiadamente repetidos. Trazendo à tona uma discussão muito importante sobre a distorção de imagem que esses desenhos podem causar nas crianças. Outro ponto ressaltado pelo autor são as atitudes também distorcidas, crianças que precisam agir como se fossem adultos, para salvar a sociedade, sendo que na realidade o público infantil precisa ter a permissão de um responsável. Nos desenhos de super-heróis, ainda pode ser observado que os adultos, vez ou outra, têm atitudes imaturas, colocando à prova o fazer o bem de forma altruísta.

Para Araújo (2008), a escola é uma instituição social potencializando a construção social, por ter a função de formar cidadãos de acordo com as expectativas sociais e históricas do momento em que se situa, além de envolver tantos alunos com individualidades econômicas, emocionais, políticas, sociais, entre outras. Dessa forma, muitos aspectos dela são naturalizados e internalizados por pais, alunos, professores e demais membros da comunidade escolar. O autor defende que a escola deve ser

considerada como tudo que foi construído e organizado anterior e cotidianamente para reproduzir os modelos sociais que se busca, e que existe relação entre o que é ensinado, intencionalmente, com a criação de um contexto apropriado de discursos subjetivos.

É no contexto da possibilidade de observar o reforço sobre a padronização de aspectos sociais – fato que demonstra regresso quanto à evolução que se teve ao longo da história da sociedade – que este artigo procura apresentar as interações possíveis entre os super-heróis e a sua influência comportamental nas crianças.

Contextualizando

Ao falar sobre a infância ser algo social, construído e segregado da sociedade, Postman (1999) afirma que as tecnologias, principalmente as mídias televisivas, contribuem diretamente para a construção da infância adultizada. Sendo a internet outro exemplo no qual é possível analisar a propagação da imagem infantojuvenil sexualizada e distorcida, sendo um meio de alcance rápido e fácil às informações do que se busca e que oferta sugestões de conteúdos diversificados, e oferece riscos à saúde do público que acessa essas informações.

O autor ainda afirma que a infância é construída pela sociedade, e que por muito tempo esteve segregada. Dificilmente encontra-se programação indicada para a infância e que seja de fato organizada em um contexto educacional e de comportamento aceitável e que cause boas influências para as crianças. O que ocorre neste âmbito, na verdade, é um problema muito sério, em que as crianças, em contato com cenas, imagens, vídeos, filmes e demais programações televisivas, interiorizam a necessidade de seguir determinados padrões de atitudes e aparência recorrentemente vistos por ela. E prossegue colocando em questão a aceitação da infância como

condição psicológica, porém há a reafirmação dos corpos padronizados e erotizados, que vêm se fortalecendo ao longo dos tempos, estreitando a divisão entre infância e adultos.

Segundo Lévy (1994, p. 28-31), a inteligência coletiva é: “[...] uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências”, e acrescenta que ela “só tem início com a cultura e cresce com ela” contribuindo com a ideia de que esta inteligência não privilegia ninguém, pois está distribuída por toda parte. O termo “inteligência coletiva” ainda é estudado, avaliado e reavaliado, recorrente em outras publicações, além de inspirar e provocar estudiosos da antropologia, na intenção de popularizar a ideia de sua interdisciplinaridade, um tema relacionado ao espaço, ao ser e à sua identidade. O autor ainda indica que existem quatro afetos relativos à identidade: os terrestres, os territoriais e sapienciais, sendo que o último dirige-se ao espaço do saber.

Percebe-se, assim, que a visão do ser, por Lévy, é algo correlacionado ao universo, e a identidade do ser segue caminhos diversos até que, sem parar de percorrer estes caminhos, sofre alterações, se forma e se reforma de acordo com o exterior, e interioriza comportamentos e características que, consequentemente, o formam como ser, num processo contínuo.

Vygotsky (2002) acredita que o contexto social e cultural influencia comportamentos e a formação do ser, criticando ideias de que apenas o que já é da natureza do homem que se encarrega de seu processo de evolução e histórico de aprendizagem. O autor apresenta em seus estudos que natureza e homem se completam, num ciclo em que um transforma o outro. Mas que centralmente o que forma o homem, suas características, comportamentos e valores é o processo social,

suas vivências e o modo como interioriza certos signos. Entendendo que o processo do aprender é repleto de significados despertados no indivíduo em seu meio social e pela interiorização dessas relações, podendo ser explicado e caracterizado por seus vínculos sociais, em uma determinada sociedade, em um momento histórico específico.

Parafrazeando Vygotsky (2002), este define a linguagem como um instrumento social, utilizada não somente para a comunicação, mas para a mediação entre o sujeito e o objeto de conhecimento. Para o autor a educação é uma organização social, em que os hábitos e comportamentos de determinada sociedade são padronizados e tomados como comum, a ponto de serem naturalizados a partir da educação ali posta em questão.

Portanto, toma-se por verdade que os costumes de uma escola são influenciáveis pelo momento histórico e modelo de sociedade que se deseja reproduzir.

José (2012) afirma que as vivências e situações dentro do contexto pré-estabelecido, atendendo a questões políticas, culturais e sociais, influenciam e interferem diretamente na formação do homem e, consequentemente, em suas atitudes, modo de pensar e agir diante de situações.

Diante a estas considerações, é notório que a construção social é o que ocorre nos diferentes espaços, situações e na natureza dos indivíduos. Não há fuga para as mudanças na formação social individual e das características gerais da sociedade, que implicam no desenvolvimento dos que estão inseridos nela. Esses processos acontecem com alguma intenção, muitas vezes política. Utensílios, cultura e crenças também são socialmente construídos, tais como: dinheiro, livros, tecnologias no geral. Culturas e sociedades diversificadas dentro de uma região e entre si. Crenças em deuses, mitos e paradigmas postulados durante anos e ainda em seres que

surgem a partir da ideia de entretenimento ou figuras a serem imitadas, de acordo com a imagem do indivíduo que se quer formar. A seguir, são elencadas teorizações que caracterizam os super-heróis, que surgem conforme estereótipos construídos socialmente.

Super-heróis

O novo ambiente midiático que está surgindo fornece a todos, simultaneamente, a mesma informação. A mídia eletrônica acha impossível reter quaisquer segredos. O novo ambiente midiático que está surgindo fornece a todos, simultaneamente, a mesma informação.

Esta categoria de personagens fictícios tem características em comum: são muito fortes; destacam-se por fazer o bem para a humanidade; com isto, sentem-se os únicos responsáveis por defender a todos do mal. Outro ponto principal nos super-heróis é deter algum superpoder ou alguma supercapacidade, como inteligência, que o torna um ser único.

Dutra (2002, p.8) constatou que mesmo os gibis escritos sem intenção política demonstram em seu decorrer o momento histórico em que foram criados. Além de que gibis e Histórias em Quadrinhos (HQs) fazem parte da imensa indústria comercial, e igualmente às demais artes há, de alguma forma, apelos e manipulações, particularmente atendendo às necessidades do sistema capitalista. Para ele as Histórias em Quadrinhos, como todas as formas de arte, “fazem parte do contexto histórico e social que as cercam. Elas não surgem isoladas e isentas de influências. As ideologias e o momento político e social moldam, de maneira decisiva, até mesmo o mais descompromissado gibi.” (p. 8).

A mídia televisiva é um dos meios no qual são encontradas versões dos gibis e HQs no

formato de filmes e desenhos, abrangendo maior público, além de conter assuntos divertidos, políticos, de guerra, de amor, ou de aventura. O que há de implícito ou explícito, e que deve ser avaliado, é o que se interioriza nos seus expectadores, como Dutra (2002, p.52) confirma: “[...] este é um campo de trabalho que ainda pode ser muito explorado, nos mais variados segmentos [...]” pela complexidade de se desvendar tais aspectos de motivação.

Galo (2010) defende que as quadrinizações de histórias poderiam auxiliar o trabalho de professores dentro da sala de aula. Uma das formas relevantes para instigar nos alunos o interesse pela leitura é utilizar métodos que sejam mais proveitosos e prazerosos de se trabalhar por eles. A quadrinização consiste em adaptar obras literárias para histórias em quadrinhos, beneficiando as aulas de literatura e o mundo das HQs. Com histórias em quadrinhos percebe-se que há maior motivação dos alunos em ler, a leitura fica mais agradável e o conteúdo mais fácil de ser assimilado. Já a indústria de HQs se beneficia com a venda dessas adaptações, girando assim o mercado das quadrinizações literárias por seu potencial didático. A autora ressalta que a leitura prévia dessas obras quadrinizadas é muito importante, pois na adaptação alguns aspectos originais se perdem, enquanto outros são criados, sendo assim uma leitura agradável e de muito aprendizado, e mesmo que o Governo Federal seja um dos maiores clientes desse mercado, é preciso avaliar e levar em consideração qual o objetivo desta leitura e o que pretende se trabalhar com os alunos.

Com o objetivo de analisar a influência dos super-heróis no processo de individualização entre as crianças, Soares; Calhub (2010) aplicaram entrevistas lúdicas e atividades com crianças de uma escola em Salvador, Bahia. Segundo eles, os fatores analisados foram: faixa etária semelhante à do herói, diferença entre gêneros, utilização do herói como meio

de socialização e estabelecimento de vínculo com o herói pela mídia. Corroboram com Bowen (1988), reforçando o conceito deste, que as crianças desenvolvem o *self* para se diferenciarem de seus familiares.

Os autores basearam-se na ideia de que os super-heróis, atrelados às mídias, influenciam comportamentos das crianças, que os imitam e se apegam a eles, e usam de referência o que há de positivo neles, como os superpoderes, o carinho pelas outras pessoas, e o desejo de fazer sempre o bem. Relataram que, durante as entrevistas e atividades, observaram a presença de objetos personificados que remetessem aos ídolos das crianças, o que demonstra, além do apego pela história do super-herói, também o apego material aos seus acessórios, um exemplo claro que a influência da mídia no apego aos super-heróis é uma prévia da alienação consumista às crianças. Tanto as influências positivas (a bondade do super-herói) quanto às negativas (consumismo e violência) são temas de discussão do cotidiano de pais e professores, responsáveis e preocupados com a formação das crianças. Além dessas influências, os super-heróis são uma das formas que as crianças encontram de socializar umas com as outras, já que eles estão sempre em alta. Então, sinalizam a ideia de que o *self* e a influência dos super-heróis relacionam o desenvolvimento da personalidade e vivências das crianças, uma vez que buscam internalizar aspectos e comportamentos de seus favoritos.

De fato, os super-heróis são figuras construídas a partir de um ideal que se buscava obter em uma época de crise política na América. Atualmente, o que influencia a criação da maioria de super-heróis são questões do tempo presente, como a dualidade entre fazer o bem e fazer justiça. Surge daí outra geração de heróis, os justiceiros. Ambos são referências para os telespectadores como sendo pessoas corajosas, valentes, destemidas por enfrentarem os desafios, de acordo com a

ética e moral refletidas da sociedade em que foram criados. Os super-heróis continuam se destacando nas histórias em quadrinhos até que migram para as telas do cinema e da televisão, abrangendo, desta forma, maior público.

Os super-heróis nas mídias televisivas: aspectos de construção social

É premissa que a construção social de histórias de super-heróis ocorre por meio de diferentes significações e ressignificações ideológicas como ética, moral, identidade social, padrões de comportamento, entre outros aspectos, servindo-se para isso de diversos modelos de entretenimento: narrativo, crítico ou explicativo.

Empiricamente, os super-heróis são vistos como seres do bem, e como tais deveriam ter apenas qualidades; já os vilões são os personagens ricos em defeitos, que têm como única motivação tomar o poder e dominar os demais a qualquer custo. Na intenção de estreitar o universo mágico dos super-heróis e o universo dos espectadores dessas mídias, alguns personagens tomam forma humanizada, de ter qualidades e defeitos como qualquer outro ente, e então ser único.

Na prática e no decorrer da produção de filmes e desenhos animados, os personagens surreais migram para condições de idolatria por parte dos espectadores. Os telespectadores passam a estabelecer uma lista de desejos, na qual constam itens que remetam à história dos seus heróis preferidos e também objetos personalizados que transpassem a essência do ídolo.

As concepções de heróis na literatura historiográfica televisiva mostram que estes surgiram nas revistas em quadrinhos, com o intuito de entreter e também de propagar

modelos de cidadãos, os quais, ainda que possuam defeitos e qualidades, acima de tudo pretendam fazer o bem à sociedade em geral e à sua maneira, levando em consideração as legislações do lugar e seu momento histórico. A partir de respostas da audiência aos programas televisivos, algumas dessas histórias tiveram de ser alteradas em alguns pontos, que se tornaram cruciais para o entendimento da tomada de decisão dos super-heróis em determinadas situações.

Reconhecendo que as histórias de super-heróis, de início, não eram voltadas especificamente para o público infantil, algumas foram modificadas ao longo dos anos, para atender à conduta moral que a sociedade quer como exemplo para as diferentes faixas etárias, de modo geral. Na intenção de abrange e agradar maior público, é que a maioria dessas histórias tiveram adaptações para desenhos animados. Todas as histórias de super-heróis tratadas nesse artigo aparecem nos desenhos animados, alguns são protagonistas, outros aparecem como coadjuvantes, mas, independente disto, suas características principais são enaltecidas em suas aparições.

Pode-se perceber poucas mudanças nos personagens, tais como equipamentos, gostos e características psicológicas. As histórias em questão trazem algumas críticas relacionadas à época de criação. Uma característica muito forte da companhia a que pertencem os personagens a seguir é a de intercalar os dramas do combate ao mal com humor, o que torna as obras mais atrativas para públicos diversos, da ação à comédia.

Na sequência são feitas inferências sobre algumas histórias de super-heróis, tais como Capitão América, personagem tradicionalmente patriota, criado nos Estados Unidos, e que desperta nos seus espectadores essa ideologia, de servir à pátria e defender os seus conterrâneos. Embora pareça extremamente bom defender o seus país, suas histórias ro-

dam o mundo, fazendo com que as crianças de outros países levem em consideração o amor ao território e cultura estadunidense, perdendo o foco patriótico e voltando-se à idolatria capitalista com fundamentação religiosa.

Representando as mulheres, a fundadora do grupo de super-heróis “Vingadores”, Capitã Marvel, milita ativamente em suas aparições nas histórias ao ocupar o lugar de capitã desse grande grupo. Ela tem atitudes que desafiam a postura estereotipada das mulheres nas mais variadas histórias, e demonstra determinação em suas tomadas de decisões, não se deixando abalar por provocações dos vilões, que em algum momento ou outro a instigam e desmerecem exatamente por ser mulher e ocupar tal posição.

Nota-se muitas críticas, nas mídias, quanto a sua apresentação em determinados momentos das histórias, comparando a outros super-heróis, figuras masculinas que mantêm a mesma pose e não são criticados da mesma forma. E essas críticas enaltecem ainda mais a importância de figuras femininas ocuparem tais posições dentro da ficção, para inspirarem meninas e mulheres da vida real, porque é possível uma mulher ser o que quiser, sem se preocupar com as críticas dizendo que está fazendo algo errado, comparando-a com homens que ocupam o mesmo cargo para avaliar pontos que coincidem ou que dão mais certo com um ou outro, e ainda provocações que têm como única finalidade as fazer desistir.

O Homem-Aranha, “amigo da vizinhança”, é um personagem que se aproxima da realidade dos adolescentes em geral, tem problemas econômicos, na escola, amorosos e com a família, além de ser divertido e procurar manter tudo equilibrado, aproxima o público jovem de si. Agrada muito por conseguir fazer a justiça da lei, ajudando a polícia local, sem ferir seus princípios. Porém, quando finaliza uma missão, culpa a

si, e este é um aspecto constante nos jovens, pois muitos tentam equilibrar os estudos com o trabalho e reservar um tempo para divertir-se, e quando chega a noite ficam presos em seus pensamentos, sentindo-se insuficientes ou incapazes. A valentia do Homem-Aranha ao enfrentar tantas dificuldades no dia a dia inspira o público a ver o lado bom das coisas, mesmo nas piores horas, e acreditar num futuro melhor, ultrapassando qualquer empecilho que ocorrer.

O Pantera Negra atualmente é o principal representante negro das histórias de super-heróis. Sua história, além de envolver uma cultura que, mesmo sendo ficcional, representa, ainda que de modo figurado, ritos e costumes presentes na vasta e diversificada cultura africana, retrata de forma estratégica questões sobre o racismo estrutural, que existe e ainda é bastante impregnado na sociedade. Partindo para a questão geopolítica, a história mostra uma cidade fictícia que retrata a África sem ação de cidadãos europeus, e que consiste em grandes riquezas, ética e moral próprias, além de ser uma sociedade evoluída tecnologicamente. O diferencial dessa história é que os personagens negros são os protagonistas, sem tratar de assuntos em voga na mídia, como violência, pobreza ou fome. É imensurável a importância de Pantera Negra na desconstrução de estereótipos raciais impregnados na sociedade.

Mais uma sequência de histórias que se aproxima da realidade dos jovens e dos problemas que esses enfrentam ao buscar a aceitação dentro dos grupos sociais: cada personagem do grupo de mutantes, denominado X-Men, passa por conflitos individuais, sejam eles com a família, na escola ou consigo mesmos, e isso ocorre principalmente entre os jovens, o que não descarta este aspecto também no ambiente adulto. Na busca de se encontrar e de serem aceitas, muitas pessoas desenvolvem problemas psicológicos por não se encaixarem nos padrões exigidos e

adoecem, e nesse quesito os personagens ajudam muito e são referências, ao incentivar os espectadores a não revidarem com violência, agirem sempre de forma pacífica e se mostrar melhor que todo mal que os outros tentam lhes fazer, que têm lá suas qualidades, e que, acima de qualquer coisa, merecem ser bem tratadas.

Na sequência, outra companhia que produz histórias de super-heróis, mas com uma característica entre eles, diferente da anterior: os próximos personagens tiveram uma construção psicológica pretendendo os tornar mais sérios, contidos e padronizados. Após a contextualização feita, percebeu-se que em algumas histórias houve a reconstrução dos personagens em função de enaltecer características e comportamentos pragmáticos da sociedade estadunidense, fatos prevalentes nas construções a seguir.

Por ter uma alegria de viver e ser companheiro de aventuras de Batman, Robin foi taxado como *gay*, na forma pejorativa do adjetivo, assim como é, em geral, na sociedade. Além do apontamento da homossexualidade, o aliciamento de jovens e crianças foi outro alerta polêmico feito à história desta dupla. Portanto, Robin teve que ser transferido para outro desenho animado em que fazia parte de um grupo composto por outros jovens e crianças, “Os jovens titãs”, no qual seus poderes são melhor explorados, e sua heterossexualidade também, já que em alguns episódios do desenho demonstrava interesse em sua colega de equipe Estelar, e esse relacionamento foi desenvolvido durante a série de desenho animado.

Por conta de polêmicas envolvendo aliciamento de jovens e crianças e homossexualidade com o colega Robin, Batman teve modificações também, passou a ser descrito nas histórias como um *playboy* mulherengo, portanto em cada filme ou série aparece apaixonado ou seduzido por alguma mulher.

Debate-se muito sobre a frieza do personagem retratada nas histórias, e como é bem desenvolvida, tanto nos desenhos quanto nos filmes, fazendo com que o espectador use da empatia, pois Batman, ainda criança, viu seus pais serem mortos friamente, e então seu instinto de vingança começou a crescer. Nesse meio caminho, desenvolveu habilidades para fazer justiça, e ajudar quem mais precisa dela.

Nas primeiras histórias, Super-Homem era bem mais agressivo, combatia o mal exclusivamente com o uso da força. Posteriormente, os autores foram suavizando essa característica, fazendo com que sua conduta moral fosse modificada, pois o acesso aos gibis e filmes havia chegado ao público infantil. O início de sua fama como super-herói foi no combate à violência doméstica e assaltos, portanto reforça que os crimes contra o patrimônio e contra a pessoa são os principais na sua lista de defesa. Sua dualidade entre Clark Kent e Super-Homem lhe traz alguns problemas e dificuldades nos relacionamentos.

A Mulher-Maravilha vem de uma ilha onde se encontram apenas mulheres, que aprendem ali a serem guerreiras. Portanto, defende com totalidade as mulheres e seus direitos. Assim, é uma das importantes representantes femininas nesse universo fictício.

Super Choque é a principal figura do jovem negro do século XXI retratada nas histórias de super-heróis. Assim como anteriormente explanado, os jovens têm a necessidade de buscar aceitação fora do vínculo familiar. Virgil é a representatividade de quem nasce num bairro pobre e violento, e tem a necessidade de provar que é diferente dos demais em sua sociedade todos os dias, e ele é julgado até mesmo quando está fazendo o bem. Isso acaba instigando nos espectadores um senso de empatia e angústia pelas injustiças que o personagem passa ao longo da série.

A bondade, bravura, força, dentre outras características primordialmente presentes nos protagonistas das histórias de super-heróis, chamam a atenção e influenciam as crianças a desenvolverem apego emocional e afetivo com suas histórias. Adquirir *souvenirs* que remetam a estes seres, aproximam as crianças a esse universo. Há inúmeras formas de obter o ídolo mais próximo de si, seja: em casa, na decoração do quarto; na escola, no material escolar; na rua, com os gibis; nas comemorações, usando como decoração; em diversos outros espaços internos ou externos às suas residências, com os acessórios e vestuário.

As crianças associam a alimentação saudável aos super-heróis e as comidas industrializadas aos vilões. Mesmo assim, as redes de *fast-food* que já investem na propaganda de seus produtos apelam mais ainda ao público infantil, que é influenciado a desejar produtos que remetam aos seus personagens favoritos. A publicidade apelativa em questão é que algumas dessas redes forneçam brindes com a imagem dos super-heróis em troca da compra de seus alimentos.

Quando se procura por estes itens, percebe-se ausência dos ícones femininos, retratando, subjetivamente, que o público-alvo dos super-heróis são meninos, e que as heroínas não fazem tanto sucesso. Além de reforçar o estereótipo de que há brinquedos de meninas e de meninos, se desfazendo do ideal: brinquedo é coisa de criança. Essa problemática, ao ser internalizada pelas crianças, reflete em: brincadeiras, jogos, esportes e, futuramente, na distinção de salário entre homens e mulheres que ocupam o mesmo cargo. Um exemplo nítido é o futebol, que é uma categoria do esporte que provém de muitas figuras femininas, talentosas dentro e fora de campo e que não são justamente reconhecidas, ou que quando reconhecem suas habilidades são comparadas aos colegas do futebol masculino. Além de prejudicar as mulheres dentro da sociedade em geral,

por tomadas de atitudes reconhecidas exclusivamente como dos homens. Um detalhe que se torna um empecilho na formação da identidade de meninas que crescem com o senso de inferioridade.

O ponto crucial que se encontra na propaganda desses produtos é o consumismo infantil, ideologia recorrente para o desenvolvimento dos consumidores mirins, assim denominados pois são aqueles que escolhem o que os responsáveis vão comprar, em muitos casos. Os seres em formação ainda não reconhecem totalmente os riscos que o consumismo excessivo exerce sobre eles, cabe aos responsáveis conhecerem os direitos que têm, não só de cortar gastos, mas de denunciar possíveis abusos das campanhas publicitárias.

O Código do Consumidor (CDC) garante no Art. 37, da Lei 8078/90, que: “É proibida toda publicidade enganosa ou abusiva.” No parágrafo 2º, define abusiva por: “publicidade discriminatória de qualquer natureza, a que incite à violência, explore o medo ou a superstição, se aproveite da deficiência de julgamento e experiência da criança, desrespeita valores ambientais, ou que seja capaz de induzir o consumidor a se comportar de forma prejudicial ou perigosa à sua saúde ou segurança”.

Para o Código de Defesa do Consumidor (CDC) e para o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente (CONANDA), principal órgão do Sistema de Garantia dos Direitos da Criança e do Adolescente, a publicidade infantil apelativa fere o que está previsto na Constituição Federal, do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), publicado em 4 de abril de 2014, no Diário Oficial da União, a Resolução 163/2014 do Conanda, que contempla a proibição do direcionamento à criança de anúncios impressos, comerciais televisivos, *spots* de rádio, *banners* e *sites*, embalagens, promoções, *merchandising*, ações em *shows* e apresentações e nos pon-

tos de venda. O texto versa também sobre a abusividade de qualquer publicidade e comunicação mercadológica no interior de creches e escolas de educação infantil e fundamental, inclusive nos uniformes escolares e materiais didáticos.

Entre os principais pontos dessa Resolução, estão:

Art. 2º Considera-se abusiva, em razão da política nacional de atendimento da criança e do adolescente, a prática do direcionamento de publicidade e de comunicação mercadológica à criança, com a intenção de persuadi-la para o consumo de qualquer produto ou serviço e utilizando-se, dentre outros, dos seguintes aspectos:

I - linguagem infantil, efeitos especiais e excesso de cores;

II - trilhas sonoras de músicas infantis ou cantadas por vozes de criança;

III - representação de criança;

IV - pessoas ou celebridades com apelo ao público infantil;

V - personagens ou apresentadores infantis;

VI - desenho animado ou de animação;

VII - bonecos ou similares;

VIII - promoção com distribuição de prêmios ou de brindes colecionáveis ou com apelos ao público infantil; e

IX - promoção com competições ou jogos com apelo ao público infantil.

O parágrafo 2º da mesma refere-se às propagandas informativas, sejam elas sobre segurança, educação, saúde, entre outros itens relativos ao melhor desenvolvimento da criança no meio social. Sendo assim, campanhas de vacinação, alimentação saudável, combate às drogas, são formas de publicidades legais a serem interiorizadas

pelas crianças, a apelação seria utilizada de forma útil para a melhora de vida delas.

Há a necessidade de primar por uma apresentação verdadeira do produto ou serviço oferecido, esclarecendo sobre suas características e funcionamento, considerando especialmente as peculiaridades do público-alvo a que se destina. Sendo justa, e procurando aperfeiçoamento dos produtos ofertados. De forma geral, a propaganda infantil é um desserviço para os seres em formação.

É oportuno inferir que as histórias em questão estão disponíveis nas diversas plataformas digitais, como redes de televisão aberta, YouTube e Netflix, que são de fácil acesso e pouca vigilância por conta dos responsáveis. Existem plataformas virtuais que apresentam perfis próprios para as crianças, porém não é suficiente a programação ser de classificação indicativa para determinada faixa etária, para que esteja comprometida com a formação integral dos indivíduos ou que ainda leve em consideração os princípios de acordo com a educação familiar, cultural ou social em questão.

Nas histórias de super-heróis, assim como nas demais, a construção da identidade se dá pela curiosidade de conhecer o outro, identificá-lo, seja com características físicas, emocionais e psicológicas dentro das quais já são conhecidas pelo indivíduo, e outras ainda desconhecidas, mas que fazem parte daquilo com que o outro se identifica, e também por estar exposto a estímulos e exemplos que, se internalizados, passam a fazer parte do ser.

Diante disso, o entendimento de como os personagens dessas histórias são construídos se torna mais prático e visível. A linha do tempo da construção da história de cada super-herói nem sempre tem todos os atributos pelos quais se conhecem hoje. A evolução do *marketing* tem sido a propulsora das adequações à contemporaneidade, ou seja, consumismo exacerbado, adultização

da infância, sexualidade precoce, aculturação de modo geral, entre outros.

Enquanto muitas histórias, balizadas pelo senso comum, destacam a figura feminina como delicada, frágil e com funções estereotipadas, as tratadas nesse trabalho são as histórias de super-heróis que, de certa forma, mesmo sendo fantasiosas, assumem um formato que desconstrói alguns mitos.

Na questão da figura feminina, comumente retratada por atividades domésticas, com uma profunda necessidade de encontrar alguém para dividir a vida, normalmente uma personagem masculina que provenha de força e que transmita segurança para protegê-la de qualquer mal, físico ou até mesmo financeiro, já que, em plena atualidade, ainda seja raro encontrar histórias para o público infanto-juvenil em que a mulher trabalhe de forma remunerada justamente.

Portanto, ainda é recorrente a necessidade de desconstruir esse histórico de que a mulher precisa de alguém para lhe render uma vida próspera amorosa ou financeiramente. As histórias de super-heróis que apresentam a figura feminina como protagonista, a qual defende a população, assim como qualquer outro personagem heroico, possuem a capacidade de encorajar tantas meninas e mulheres a construir o seu próprio futuro, dependendo apenas de sua vontade, coragem, força e determinação.

O principal desafio a ser travado é pela desconstrução de padrões sociais predeterminados, ou, pelo menos, parte deles, atrelando os educadores aos meios de comunicação, aumentando o poder de alcance de ideais que minimizem hábitos de discriminação e preconceito, que são elementos motivadores de violências que ocorrem nas ruas, nas casas e até mesmo nas escolas, sejam tais de aspecto moral, psicológicas ou físicas.

Pelas discussões que se sustentam acerca do tema, a representatividade é um aspecto

importante no processo de aprendizagem e afetividade entre o público e a história dos personagens. Ela deve continuar sendo explorada nos mais vastos campos em que existe, seja nas questões de gênero, raça, sociais, pois além da magia, que é base para a existência dos super-heróis, que sejam trabalhados os temas prevalentes tratados como tabus nas obras apresentadas às crianças nas escolas, aos adultos nos noticiários, e que, principalmente, deve ser considerada como um dos fatores influenciadores do processo de conectividade e coerência entre a fantasia e realidade.

Retomando algumas reflexões sobre o processo de aprendizagem formal, a escola desempenha um importante papel no desenvolvimento intelectual e conceitual das crianças. Já em casa, é cada vez mais frequente se deparar com os indivíduos, praticamente recém-nascidos, conectados alguma mídia, para entretenimento, porque seus responsáveis julgam tal acesso seguro. A estes dispositivos eletrônicos sejam atribuídos requisitos de babás virtuais, pois entretidas as crianças deixam tempo livre aos respectivos responsáveis, para estes se ocuparem com problemas de adultos.

Desse modo, as interações entre os públicos infantojuvenil e adulto são condição necessária para a desmitificação de que o entretenimento é uma área totalmente segura, há necessidade de seleção de conteúdo que pouco se é trabalhado ou pesquisado. Por mais que os adultos estejam juntos dos demais espectadores, deve haver tal seleção com discernimento de que nada deve ser proibido, mas há a possibilidade de se trabalhar com os assuntos não tão coerentes em questão de valores, moral e ética. A pesquisa e o diálogo devem estar presentes nessas relações entre adultos e crianças, cooperando para melhor troca de informações e mútuas descobertas.

A estética das personagens atualmente é assumir a forma personificada, em que super-

-heróis e vilões disponham de qualidades e defeitos. Dessa forma, os espectadores usam da empatia, e naturalmente justificam determinadas atitudes, julgando que o ato de errar é humano. Por vezes, as vidas dos vilões são cheias de injustiças, e a raiva impregnada neles seja construída ao longo das histórias, de certa forma são justificadas as maldades que cometem com os demais. Já os heróis, em alguns momentos têm atitudes como falta de modéstia, ou excesso de exibição das bondades praticadas, o que esporadicamente aparentam ser erros de caráter, mas que também é relevante ao ponto de aproximar os heróis com os humanos desprovidos de poderes.

É necessário diminuir a exposição da criança a conteúdos televisivos sem a supervisão de responsáveis. Prover às crianças horas de descanso, adequadas à faixa etária, para que esta não vá dormir tão tarde, limitando-se o tempo de uso de eletrônicos no período da noite.

Nas escolas, é primordial que os professores sejam críticos quanto aos conteúdos midiáticos apresentados às crianças, na esperança de não reforçar conceitos e comportamentos estereotipados pela sociedade, oportunizando aprendizagens mais significativas e menos alienantes.

Considerações finais

Ao final desse artigo é possível afirmar os super-heróis como personagens de ídolos inatingíveis aos seres comuns, principalmente os do público infantil. Desmistificando o caráter benevolente desses ídolos, rompendo paradigmas comportamentais.

Constata-se que a educação, por meio da escola, tem sido o vetor na consolidação dos modelos comportamentais que influenciam sobremaneira o cotidiano infantil. Tendo em vista que essa instituição tem como caracte-

rística principal formar indivíduos dentro dos padrões postulados pela sociedade, a mera reprodução de conteúdos, tanto de modo tradicional quanto com o uso de suportes midiáticos, pode ir na contramão dos ideais da formação de indivíduos críticos.

É preciso oportunizar espaços de debates e socialização de informações à comunidade em geral e escolar, principalmente, com o intuito de zelar pelo bom lazer midiático das crianças. Essa relação entre comunidade e escola estabelece um elo de mesmo objetivo, de transmitir à criança segurança nas suas tomadas de decisões futuras. Mesmo esses espaços sendo distintos, caminham para o mesmo objetivo: fomentar a melhoria de condições da sua vida em sociedade.

Pais e professores devem usar de mecanismos de orientação, de leitura e releitura dos vídeos de super-heróis, a fim de evitar a manifestação alienante de comportamentos exógenos no espaço vivido das crianças. A escola tem, assim, papel fundamental na dinamização do processo catalizador das possíveis influências que os vídeos de super-heróis podem induzir.

A distorção de imagem é um problema que afeta todas as faixas etárias. Causadora de traumas emocionais, físicos e psicológicos, deve ser uma das pautas de discussão acerca da educação e dos conteúdos midiáticos a que crianças e adolescentes estão expostos, por serem os principais grupos afetados pela necessidade de alcançar um estereótipo tão distante da realidade. Há a possibilidade de propor campanhas sobre a problemática de “busca pelo corpo ideal(izado)”, principalmente nas redes sociais, o que poderia envolver – além de pais e professores – agentes de saúde e órgãos sem fins lucrativos, afinal corpo e mente merecem atenção para se manterem saudáveis.

As crianças são alvos principais das propagandas e, ao serem atingidas, tornam-se

fiéis a produtos, marcas e à necessidade de consumir, prática imposta pela mídia, que deve ser estudada e tratada com a devida importância. Por fim, cabe também apro-

fundar a reflexão sobre outras interferências das mídias televisivas, digitais e virtuais no processo de desenvolvimento infantil no seu todo.

NOTAS

¹ Este artigo traz nuances do capítulo “**Construção Social de Histórias de Super-heróis nas Mídias Televisivas**”, contido na obra “**Temas Contemporâneos em Educação: Reflexões, Perspectivas e desafios**”, organizado por Idanir Ecco e escrito pela autora.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, C. B. de. A escola: construção social, acontecimento e cotidiano. **Revista Solta a Voz**, v. 19, n. 2. p. 249-266, 2008.
- BRASIL. **Resolução CONANDA Nº 163 DE 13/03/2014**.
- BRASIL. **Art. 37 do Código de Defesa do Consumidor - Lei 8078/90**.
- DUTRA, J. P. **História & História em Quadrinhos**: a utilização das HQs como fonte histórica político-social. Santa Catarina. 2002.
- GALO, R. A. da C. Dos livros para os quadrinhos: as quadrinizações de obras literárias na sala de aula. **UNOPAR Científica Ciências Humanas e Educação**, v. 11, n. 2, p. 33-41, 2010.
- JOSÉ, G. de O. M. **Aprendizagem e desenvolvimento humano**: a formação do indivíduo na sociedade contemporânea. Campinas: UNICAMP. 2012.
- LÉVY, P. **L'intelligence collective**: pour une anthropologie du cyberspace. La Découverte, Paris, 1994.
- POSTMAN, N. **O Desaparecimento da Infância**. Tradução: Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia Editorial, 1999.
- SILVA, C. L. da; CEZARINO, M.; CARVALHO, L. de A.; SOARES, D.; CHALHUB, A. **A influência dos super-heróis no processo de diferenciação do self em crianças**. UNIJORGE, Salvador. 2010.
- VYGOTSKY, L. S. **A formação social da mente**. 2002.

