

# Diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo: práticas parentais e narrativas midiáticas contraintuitivas<sup>1</sup>

## Leandro Leonardo Batista

Doutor em Comunicação Social pela University of North Carolina (EUA). Professor de graduação e pós-graduação da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: leleba@usp.br

## Francisco Leite

Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), com estágio doutoral pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) na Università degli Studi di Trento e na Università di Bologna. E-mail: fcoleite@usp.br

**Resumo:** Este trabalho apresenta um recorte dos resultados de uma pesquisa sobre as expressões da mediatização nas práticas parentais diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo. Trata-se de uma investigação qualitativa orientada pela interligação das perspectivas do interacionismo simbólico e dos estudos da mediatização (na perspectiva latino-americana e europeia) enquanto referencial teórico basilar e pela teoria fundamentada nos dados, do inglês *grounded theory*, construtivista como abordagem metodológica.

**Palavras-chave:** Mediatização; Crianças; Racismo; Teoria fundamentada nos dados.

**Title:** In the face of the first experiences of Brazilian black children with racism: parental practices and mediatization of contraintuitive narratives

**Abstract:** This paper presents a summary of the results of a research on the expressions of mediatization in parental practices in the face of the first experiences of Brazilian black children with racism. It is a qualitative research oriented by the interconnection of the perspectives on symbolic interactionism and the mediatization studies (Latin American and European perspectives), as a basilar theoretical framework and by the constructivist grounded theory as methodological approach.

**Keywords:** Mediatization; Children; Racism; Grounded theory.

<sup>1</sup> A proposta deste trabalho é inscrever anotações sobre os resultados do projeto de pesquisa “Mediatização e práticas parentais para o enfrentamento da ameaça dos estereótipos por crianças negras” desenvolvido com o apoio da MCTI/CNPQ/MEC/Capes nº 22/2014 – Ciências Humanas e Sociais. A investigação tem como referencial metodológico a teoria fundamentada nos dados, do inglês *grounded theory*, construtivista e como orientação teórica basilar a articulação entre o interacionismo simbólico e os estudos da mediatização.

## Introdução

Os principais objetivos que motivaram a edificação desta pesquisa foram: (1) propor uma teoria substantiva que compartilhasse uma compreensão sobre o papel da mediação e os padrões interativos dela nas práticas e processos parentais diante das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo; (2) compreender como as narrativas da mediação (especialmente anúncios e telenovelas com estímulos contraintuitivos<sup>2</sup>), em relação aos estereótipos associados a indivíduos negros, repercutem nas relações e experiências de famílias negras brasileiras; e (3) aprofundar os significados e construir com base nas experiências parentais compartilhadas um entendimento teórico sobre as dinâmicas e processos sociais ou psicossociais fundamentais que são operados para proteger a saúde psíquica de crianças negras frente ao racismo.

Para alcançar esse objetivos, foram realizadas entrevistas em profundidade com agentes parentais brasileiros, no período de setembro de 2015 a fevereiro de 2016, seguindo o rigor das técnicas e os procedimentos da metodologia da teoria fundamentada nos dados, *Grounded theory*. Os resultados produzidos direcionam a compreensão da problemática: Como narrativas midiáticas contraintuitivas, que oferecem visibilidade positiva para negros e negras, afetam a vivência de agentes parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo?

As dimensões de sentido construídas, com base nas experiências compartilhadas pelos agentes parentais estimuladas por narrativas midiáticas contraintuitivas, em vista dessa problematização, possibilitaram, desse modo, a edificação do quadro teórico interpretativo “Mediação nas práticas parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo”, do qual, devido aos limites de espaço deste artigo, apresenta-se a categoria: “Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação”.

Esta pesquisa justifica-se como um oportuno e original esforço de ofertar à sociedade uma compreensão teórica, fundamentada nas experiências de agentes parentais, sobre os efeitos da mediação, especialmente nas configurações comunicativas dos “mundos mediados” (HEPP, 2014) de famílias brasileiras.

## Referencial teórico

O interacionismo simbólico (BLUMER, 1980; MEAD, 1982; NUNES, 2005) e o aporte dos estudos da mediação, tendo foco nas influências da mídia na (re)elaboração das identidades (BRAGA, 2006, 2012; HEPP, 2014; HEPP; KROTZ, 2014; MARTÍN-BARBERO, 1987; THOMPSON, 1998; entre outros) são as perspectivas teóricas que orientam as reflexões e sustentaram a edificação desta pesquisa. Para situar o(a) leitor(a), será apresentado a seguir um breve recorte sobre os aspectos centrais desse quadro teórico.

Apesar de não apresentar aporte teórico que responda todos os desafios impostos pela comunicação no contemporâneo, de acordo com Vera França, o interacionismo simbólico é uma frutífera perspectiva que disponibiliza de contribuição teórica insubstituível para apropriadamente se “pensar o processo comunicativo, a dinâmica relacional, a configuração das interações” (FRANÇA, 2008: 90), sendo relevante corrente para apoiar o avanço dos estudos de recepção e as discussões do campo sobre os reflexos da mediação nas mediações sociais.

A tradição do interacionismo simbólico indica que é no proceder da mútua afetação que os significados se estabelecem, produzindo sentidos pela interação dos indivíduos consigo e com os outros. Essa dinâmica se articula

<sup>2</sup> A narrativa midiática contraintuitiva (LEITE, 2009; 2014; 2015; 2016; LEITE; BATISTA, 2008; FRY, 2002, entre outros) pode ser considerada como uma proposta do campo profissional da comunicação que, estrategicamente, faz uso em suas narrativas de “outros/novos” conteúdos acerca de estereótipos dirigidos às minorias sociais, isto é, de moderadores contraestereótipos, com o objetivo principal de inovar e promover suas tentativas de apelo para o consumo simbólico e mercadológico, “violando expectativas intuitivas” (BOYER, 1994, 2001; UPAL, 2007; UPAL et al. 2007) dos receptores acerca dos discursos tradicionalmente veiculados pela mídia.

concomitantemente também pela recepção de mensagens e pela produção de respostas de sentido a elas.

Verifica-se nessa atividade “a extrema importância da comunicação no pensamento de Mead; ela é inseparável do ato social que ajuda a realizar. Como componente do ato, a comunicação intervém na construção [da mente], do *self* e da sociedade” (FRANÇA, 2007: 10, grifo da autora), tendo em vista que é pela interação social, a comunicação entre indivíduos e a intracomunicação, que as estruturas e os repertórios de significados desses objetos são edificados e promovidos em escalas de efeitos de sentidos.

No entanto, França ainda enfatiza que “nem toda interação, como apontado anteriormente, é comunicativa. [...] As interações comunicativas [...] se utilizam de gestos significativos. É a presença da significação, da linguagem, que delimita nosso terreno – embora os limites entre os dois campos sejam tênues” (FRANÇA, 2007: 8).

É nesse contexto que se pode manifestar entendimento sobre a mediação, seus discursos e seu alcance nas mediações sociais, ou seja, é possível pensar em “interações comunicativas” e em “interações mediadas” (FRANÇA, 2007: 9), sendo a primeira o processo de interação direta entre os indivíduos e a segunda uma rede interpretativa e cooperativa que se forma na sociedade integrando, entre outros objetos, o mercado, os profissionais de comunicação e os indivíduos receptores, produzindo afetações mútuas entre eles pela mediação de produtos midiáticos elaborados (publicidade, telenovela, notícias etc.) em torno de uma determinada temática, que também busca estimular interações comunicativas ao alcançar a interpretação do outro.

Nessa direção, o aporte teórico desta investigação também está articulado considerando os pressupostos da mediação, que delibera sobre a compreensão de um horizonte de regulação social influenciado por discursos da mídia e suas negociações e construção de sentidos. Dessa maneira, ambas as perspectivas teóricas (interacionismo simbólico e mediação) coadunam-se e se complementam para direcionar o enquadramento interpretativo que possibilite direcionar as reflexões edificadas neste trabalho. Ainda nesse sentido, Friedrich Krotz reforça que:

Se seguirmos Berger e Luckmann (1980) e também George Herbert Mead (1934), o interacionismo simbólico e as posições teóricas relacionadas, nós podemos assumir que a sociedade, a cultura e todas as outras entidades sociais e culturais são socialmente construídas pelos indivíduos. Assim, podemos concluir que a comunicação é a relevante conexão entre a mudança das mídias e as mudanças na cultura e na sociedade. (KROTZ, 2014: 82, tradução nossa)

De acordo com Andreas Hepp, o conceito de mediação deve ser “usado para analisar a inter-relação (de longo prazo) entre a mudança da mídia e da comunicação, por um lado, e a mudança da cultura e da sociedade, por outro, de maneira crítica” (HEPP, 2014: 51, grifo do autor). Logo, a mediação precisa ser pensada numa perspectiva mais abrangente e, nesse sentido, um caminho seria considerar suas manifestações nos contextos de “mundos mediados” (HEPP, 2014; HEPP; KROTZ, 2014). Estes que, inicialmente, devem ser entendidos como certos “pequenos mundos da vida” (LUCKMANN, 1970) ou “mundos sociais” (SHIBUTANI, 1955; STRAUSS, 1978), que em sua forma presente dependem constitucionalmente de articulação pela comunicação midiática.

Os mundos mediados constituem o nível no qual a mediação se torna concreta e pode ser analisada empiricamente. A análise dessas realidades parciais “como mundos mediados significa pesquisar empiricamente a maneira pela qual sua construção comunicativa é institucionalizada e reificada pelas várias mídias,

assim como sua construção comunicativa resulta em uma mudança das próprias mídias” (HEPP, 2014: 53-54). Nessa linha, a investigação acerca da midiatização “não corresponde, então, a explicar ocorrências singulares pela indicação das lógicas supostamente inexoráveis que se encontrariam em ação. Corresponde antes estudar as experiências sociais de produção de circuitos e de dispositivos interacionais” (BRAGA, 2008: 50), tentando perceber nessas imbricações, em que se produzem significados e sentidos, bem como estão ocorrendo mediações comunicativas para a estruturação de uma sociedade que competentemente use e consuma a sua mídia.

Dessa forma, com o objetivo de construir uma teoria substantiva que alcançasse as expressões da midiatização nas práticas parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo, que se definiu a teoria fundamentada nos dados (*grounded theory*) como percurso metodológico da pesquisa.

<sup>3</sup> Glaser e Strauss (1967: 33) pontuaram a existência de duas principais tipologias de teorias: as formais e as substantivas. As primeiras são compostas pelo que eles denominam de grandes teorias, vistas como formais e abrangentes, enquanto o segundo tipo se refere às explicações para situações cotidianas, “que explicariam melhor as áreas específicas da pesquisa empírica já que essas teorias nasceriam diretamente de dados do mundo real” (HUTCHINSON, 1988 apud BIANCHI; IKEDA, 2008: 233).

### Metodologia

A teoria fundamentada nos dados, ou *grounded theory*, construtivista (CHARMAZ, 2009) é uma abordagem metodológica de pesquisa qualitativa alicerçada em dados, os quais devem ser construídos e revelados a partir de forte processo dialógico entre pesquisador e pesquisados, buscando evocar as experiências vividas dos participantes da investigação. A principal proposição e fruto dessa orientação metodológica é a construção de teorias substantivas<sup>3</sup> capazes de explorar e articular explicações, baseadas nas realidades em foco dos indivíduos sobre determinados fenômenos socioculturais.

<sup>4</sup> Conforme a Lei Federal nº 9394/1996, que determina a estrutura do sistema educacional brasileiro.

### Contextualização e participantes da pesquisa

Para o trabalho de campo (coleta de dados) desta investigação, foram realizadas 27 entrevistas em profundidade, durante 22 encontros, no período de setembro de 2015 a fevereiro de 2016, com agentes parentais de crianças negras em idade escolar básica, entre a pré-escola e o ensino fundamental (de quatro a quatorze anos)<sup>4</sup>, residentes da região da Grande São Paulo. Os agentes parentais colaboraram fornecendo dados relevantes à pesquisa, que expressaram suas “opiniões, sentimentos, intenções [...], bem como os contextos e as estruturas de suas vidas” (CHARMAZ, 2009: 30), no que tange as dimensões de suas práticas como agentes parentais.

<sup>5</sup> Na teoria fundamentada nos dados, do inglês *grounded theory*, observam-se dois vieses de amostragem que se complementam: a amostra inicial, que delibera sobre a participação e o perfil de indivíduos e locais, os quais subsidiarão o início da pesquisa; e a amostra teórica, que orienta os caminhos conceituais a serem explorados até a conquista suficiente de dados que apoiem a explicação de suas categorias, resultando assim na “saturação teórica” da pesquisa ou, como prefere Ian Dey (1999), a conquista da “suficiência teórica” (CHARMAZ, 2009: 158).

De início, para construção da amostra teórica<sup>5</sup> pertinente à teoria fundamentada nos dados, foi localizado um agente parental informante, uma mãe de um menino negro, por indicação de mediadores (indivíduos terceiros) conhecidos de um dos pesquisadores. Posteriormente, a ampliação do *corpus* da investigação foi realizada mediante a aplicação da técnica “bola de neve” ou *snowball*. Essa técnica permite ao pesquisador solicitar aos entrevistados indicações de próximos participantes potenciais para a pesquisa e “assim, sucessivamente, até que [seja] alcançado o objetivo proposto (o ‘ponto de saturação’)” (BALDIN; MUNHOZ, 2011: 332).

<sup>6</sup> De acordo com Tarozzi, a peculiaridade da observação dentro da teoria fundamentada nos dados, *grounded theory*, “é que esta é focalizada imediatamente na observação dos fenômenos e, sobretudo, dos elementos de processo definidos na pergunta da pesquisa, dando menor peso à descrição do contexto”. (TAROZZI, 2011: 111). Logo, a proposta da observação não se pauta por realizar descrições detalhadas, mas tem foco na produção de conceituações do processo em investigação.

### Processo da coleta dos dados

Para a produção dos dados, foi utilizada principalmente a técnica de entrevista em profundidade apoiada pela técnica de observação<sup>6</sup>. As observações eram registradas no caderno/diário de campo dos pesquisadores e foram materiais ricos para a produção de memorandos. Segundo Tarozzi, as entrevistas em profundidade “continuam sendo o instrumento principal na *grounded theory*, mesmo não sendo o único, [...]. E isto em virtude da ênfase sobre a questão da atribuição de significados típica do interacionismo simbólico, mas também porque os instrumentos verbais consentem focalizar a coleta de dados de acordo com o trabalho de codificação” (TAROZZI, 2011: 67), basilar na operação da metodologia.

### *Operacionalização das entrevistas: materiais e métodos*

Após a leitura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), a entrevista era iniciada com questões gerais sobre a estrutura e dinâmica diária da família focando as atividades voltadas às crianças. Na sequência, questões eram feitas para tentar alcançar as experiências de como se estabeleciam o consumo e usos de narrativas midiáticas na família. Dada essa introdução, questionava-se os agentes parentais se as crianças negras já compartilharam com eles alguma situação de dificuldade de interação social.

Na tentativa de alcançar os relatos dessas experiências, de um lado, caso os agentes parentais indicassem diretamente situações nas quais as crianças tiveram essas dificuldades e, especificamente, se elas foram vítimas de racismo, a entrevista era conduzida para alcançar a densidade dessas experiências, tanto na vida das crianças quanto na vida dos agentes parentais, e indicar quais as tentativas articuladas pelos agentes parentais para lidar com os desafios inscritos por essas situações. Ao compartilhar essas experiências, tentava-se conduzir o diálogo para também compreender as incursões e influências (caso ocorram) de narrativas midiáticas nesse contexto. Para potencializar esse momento, eram apresentadas aos agentes parentais três narrativas midiáticas audiovisuais contraintuitivas, que são indicadas *a posteriori*.

De outro lado, considerando a sensibilidade do tema, que envolve o sistema de opressão do racismo na biografia de seus alvos, caso os agentes parentais não se sentissem confortáveis em compartilhar diretamente suas memórias de possíveis experiências que as crianças tenham sofrido com o racismo, bem como a administração dessas situações, a entrevista seguia normalmente e os agentes parentais eram também convidados a assistir as três narrativas midiáticas para, dessa forma, estimulá-los a ficarem mais à vontade para compartilhar suas vivências ou não sobre a temática posta. As narrativas foram apresentadas com o suporte de um *tablet*.

A primeira narrativa se tratava de uma cena, de quatro minutos, extraída da novela brasileira *Babilônia* (Figura 1), da Rede Globo. Essa cena foi veiculada em rede nacional em 30 de maio de 2015. As outras duas narrativas eram anúncios, sendo um do anunciante Coca-Cola (Figura 2) e outro da Sadia (Figura 3), ambos audiovisuais foram veiculados nas principais redes de televisão, durante o primeiro semestre de 2015. Todas as narrativas enquadram-se dentro das expressões contraintuitivas, tendo em vista que apresentam a presença positiva de indivíduos negros como protagonistas, bem como a representação de família em seus roteiros.



Figura 1: Frame da cena da novela *Babilônia* (BABILÔNIA, 2015)



Figura 2: Frames do anúncio da Coca-Cola “Adoção – comer juntos alimenta a felicidade” (COCA-COLA, 2015)

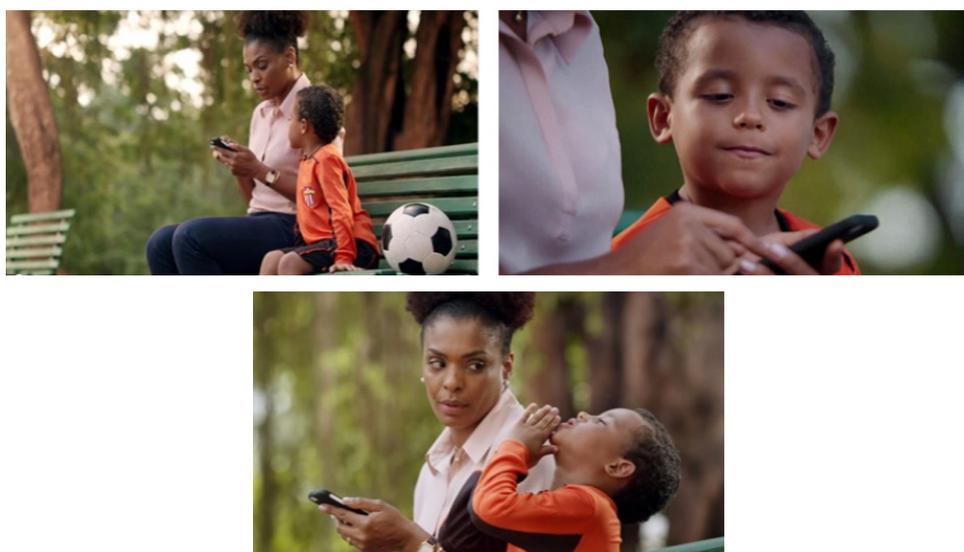


Figura 3: Frames do anúncio da Sadia “Nuggets Sadia – 100% peito de frango” (NUGGETS SADIA, 2015)

### Análise dos dados

A análise dos dados foi realizada conforme os procedimentos sistematizados de comparação constante da teoria fundamentada nos dados (*grounded theory*) considerando as etapas de (1) codificação inicial, que se pauta pela construção de códigos abertos; (2) codificação focalizada, quando os códigos iniciais são agrupados em conformidade com suas consonâncias e dissonâncias conceituais, bem como quando se originam as primeiras categorias da pesquisa; (3) codificação teórica, que tem a proposta de integrar as categorias construídas que explanam sobre o fenômeno investigado. Nessa etapa, também se busca identificar e definir a *core category* que tenha o potencial de integrar todas as categorias elaboradas, permitindo, dessa forma, o desenvolvimento de quadro explanatório teórico fundamentado nos dados fornecidos.

Esse procedimento comparativo se iniciou-se, especialmente com a transcrição *verbatim* do áudio gravado de cada entrevista. A análise dos dados e o processo de codificação também foram apoiados pelo uso do software de análises qualitativas NVivo. Nos próximos tópicos, apresentam-se apenas dois recortes dos resultados desta investigação, que como produto final edificou o modelo teórico “Midiatização nas práticas parentais frente às primeiras experiências de crianças negras com o racismo”. Dessa forma, neste trabalho são compartilhadas as dimensões de sentidos que articulam a categoria “Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação”.

Para compreensão da estrutura dessas categorias, o(a) leitor(a) deve considerar que as categorias do modelo teórico estão redigidas em letras maiúsculas, as subcategorias com letras minúsculas e grifadas com negrito, enquanto os componentes dessas subcategorias, quando necessário, estão destacados em itálico e sublinhados.

**Resultados**

A categoria “*Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação*” tensiona a consideração dos agentes parentais sobre a influência que a mídia pode produzir para problematizar, tanto positiva quanto negativamente, a situação familiar quando das primeiras experiências de crianças negras com o racismo.

Esta categoria é estruturada por cinco subcategorias: “*Percepção da inclusão gradativa do negro na mídia*”; “*Entendendo a mídia como importante fonte de identificação e reconhecimento*”; “*Mídia fornece materiais positivos e negativos para diálogos*”; “*Buscando ensinar as crianças negras a interpretar as mídias*”; e “*Mídia ajuda a preparar crianças para entender e enfrentar racismo*” (Diagrama 1).

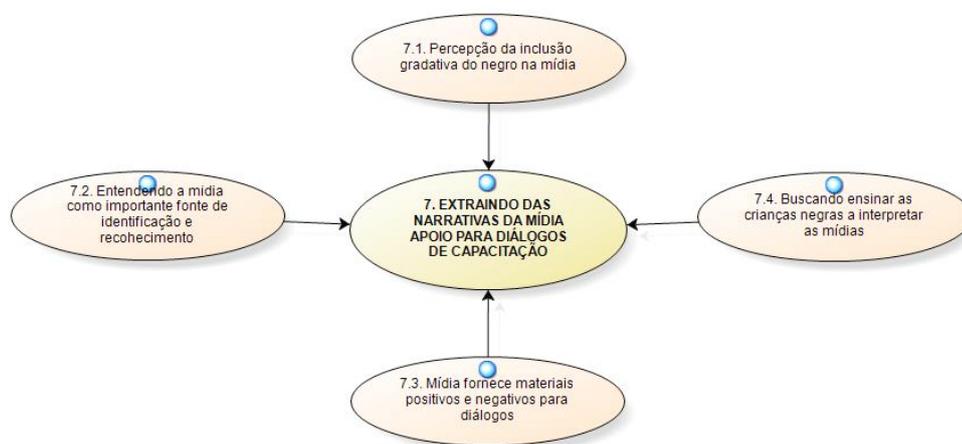


Diagrama 1: *Extraindo das narrativas da mídia apoio para promoção de diálogos de capacitação*

“*Percepção da inclusão gradativa do negro na mídia*” coaduna os componentes: “*Agora negros começaram a aparecer positivamente na mídia*” e “*É interesse mercadológico*” (Diagrama 2).

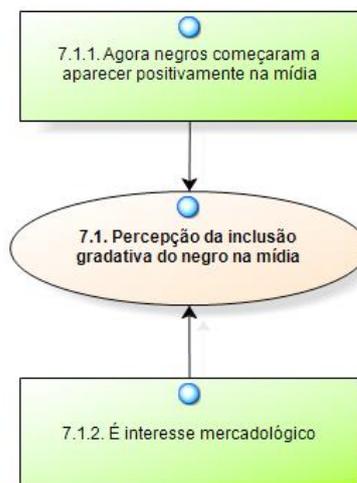


Diagrama 2: *Percepção da inclusão gradativa do negro na mídia*

O componente “*Agora negros começaram a aparecer positivamente na mídia*” discorre sobre a percepção dos agentes parentais, como o exemplo de que

atualmente se vê mais negros e negras em anúncios e telenovelas do que no período de suas infâncias. No contemporâneo, as crianças negras brasileiras estão tendo a possibilidade de ver sua identidade também representada em narrativas midiáticas, o que dificilmente acontecia antigamente, quando a mídia circulava como padrão qualitativo e quantitativo apenas a imagem de indivíduos brancos. Aos negros e às negras quando apareciam nos espaços das narrativas da mídia eram demarcados lugares de representações secundárias e subalternas.

*Eu acho que demorou aparecer anúncios com negros na televisão. Agora que eles vêm aparecendo. [...] porque não tinha. [...] E não se via. Então começaram a inserir nas novelas e agora muito recentemente em comerciais de TV. Eles fazem isso muito sutilmente para as pessoas irem se acostumando com isso como se fosse algum problema. Você vê que é muito sutil, mas que bom que estão aparecendo. (Agente parental, mãe, entrevista 1)*

*Não é como a média dos anúncios. Você não vê nos produtos da Sadia um negro! É a primeira vez que eu vejo um negro. Uma criança negra e uma mãe negra. Eu nunca vi. Antes era mais difícil. Agora eles querem igualar [...]. (Agentes parentais, casal, mãe, entrevista 5)*

A percepção da inclusão de negros nas narrativas midiáticas é reconhecida e valorizada pelos agentes parentais apesar de sua baixa expressividade. Eles têm consciência também que esse movimento de inclusão não é motivado pela conscientização dos produtores da mídia sobre a responsabilidade social de suas narrativas, mas se pauta por fortes interesses mercadológicos. É o que aponta as dimensões de sentido do componente “É interesse mercadológico”.

*O principal objetivo é que eles estão percebendo que o negro consome. Nós temos poder de consumo. [...]. Que o negro seja mais protagonista porque a gente está num mundo como qualquer outra pessoa. Então assim, se eu consumo por que eu não posso ser protagonista? Por que eu não posso me ver lá (nas narrativas da mídia)? (Agente parental, mãe, entrevista 14)*

*[...] é para atingir um público consumidor maior, e a gente tem vindo num processo que os negros são consumidores sim, eles são bons consumidores, então eles querem aumentar [...] Tem uma questão econômica aí de estratégia de mercado. E as pessoas se identificam, se você se identifica você quer ter aquele produto. Então é uma estratégia de comércio de produto. É para atingir o mercado comprador. (Agente parental, mãe; entrevista 20)*

O entendimento de atingir o mercado consumidor de indivíduos negros, apontado pelos agentes parentais, alcança sentido tanto por esse mercado ser de interesse da área publicitária quanto para a audiência de narrativas de telenovelas, entre outras. Ambas narrativas estão focadas em atingir a sociedade para consumo (de bens materiais e simbólicos), dentro de suas estratégias distintas de enunciação, isto é, as telenovelas com seu poder narrativo de captar audiências e ofertá-las à publicidade faz circular seus anúncios motivadores de ação de compra.

A respeito da compreensão desse cenário de inclusão gradativo da imagem de negros e negras nas narrativas midiáticas e suas expressividades é consenso para os agentes parentais o potencial que elas têm como fonte de identificação e reconhecimento social. Em outras palavras, para os agentes parentais é inegável a relevância que a mídia tem, especialmente para quando as crianças estão construindo suas referências identitárias e seus entendimentos sobre o mundo. A subcategoria “Entendendo a mídia como importante fonte de identificação e reconhecimento” aciona os sentidos dessa perspectiva.

Mãe: [...] *tem o super-choque [desenho animado], desde pequenininho ele assiste e ele diz: “Olha mamãe o cabelo dele é igual o meu”. [...]*.

Pai: *Eu falava muito da última novela que passou de época.*

Mãe: *Que você não gostava, a Lado a lado [telenovela da Rede Globo de Televisão veiculada entre 2012 e 2013]?*

Pai: *Não gostava! A gente está em 2016, cara!*

Mãe: *Ele tem muita encanação com isso de mostrar. Eu gostava, ele [filho] assistia comigo e gostava [...] porque tinha capoeira.*

Pai: *Não é nem encanação. O gostar é uma coisa, mas a referência para ele [filho] qual que é? É ter um negro escravo. Eu quero que o meu filho veja, puta merda, um negrão bem-sucedido. É essa referência que eu quero para o meu filho.*

Mãe: *É que isso faz parte da história.*

Pai: *Mais esse não é o momento para ele ver a parte da história. (Agentes parentais, casal, entrevista 18)*

*[...] é isso que tem que acontecer. Trabalhar as bases, as crianças. Porque mexendo com as crianças realmente você vai ter um futuro melhor. [...]. Ele [filho] vai se ver como um igual, quer dizer, é que antigamente você falava isso não é para mim. Isso não é para mim, porque o modelo tinha que ser loiro e de olhos azuis, porque se não... Você [pessoa negra] quer ser modelo [risos]. Hoje não. Hoje são várias tipologias e quanto mais exótico melhor para o mercado. Então, eu acho que hoje em dia você tem mais oportunidades e você inserindo as pessoas, elas se veem mais nessas situações. Então, você abre possibilidades para meninas, para crianças, pessoas [...]. (Agente parental, mãe, entrevista 1)*

É apontado pelos agentes parentais que as narrativas midiáticas fornecem e circulam conteúdos positivos e negativos direcionados à representação dos negros e negras brasileiros. Esses conteúdos são considerados pelos agentes parentais importantes pois podem impor a eles comportamento ativo de diálogo com crianças negras sobre as representações do negro na sociedade e as expressões do racismo, bem como especialmente as representações midiáticas positivas podem apoiar os esforços dos agentes parentais de desenvolver e fortalecer a autoestima e autoconfiança das crianças negras para a vida.

Nessa direção, a próxima subcategoria “Mídia fornece materiais positivos e negativos para diálogos” compartilha e reforça o entendimento dos agentes parentais de que os conteúdos que circulam na mídia, mesmo os negativos, podem estimular e contribuir para a promoção de diálogos entre crianças negras e agentes parentais, cabendo especialmente a estes últimos frente a contextos negativos reconduzirem as crianças sob perspectivas positivas de diálogos.

*Se você assiste junto e acompanha, você pode produzir uma discussão a partir daquilo que [...] se assiste na novela. Olha só esse fulano, que fez isso e aquilo. O que você acha? Coisas desse tipo. [...]. A gente pode discutir, uma discussão de sofá. [...]. (Agente parental, mãe, entrevista 20)*

Há um cuidado especial de alguns agentes parentais que acompanham as crianças e as orientam sobre como ler e filtrar o que é oferecido nas narrativas da mídia. Essa atenção expressa os sentidos da subcategoria “Buscando ensinar as crianças negras a interpretar as mídias”, que é modulada por três componentes: “Percebendo que mídia sempre mostra exemplos negativos para positivos e a criança não tem preparo para entender”; “Tentando acompanhar as crianças negras no consumo de mídias”; e “Ensinando a filtrar as narrativas da mídia” (Diagrama 3).

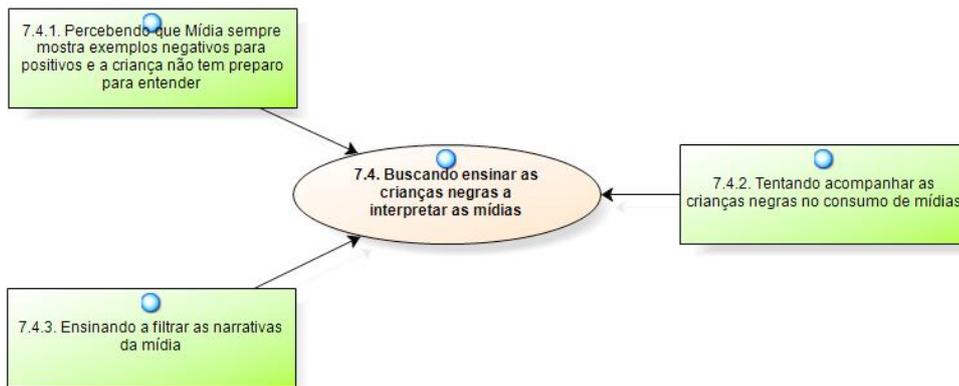


Diagrama 3: Buscando ensinar as crianças negras a interpretar as mídias

“Percebendo que mídia sempre mostra exemplos negativos para positivos e a criança não tem preparo para entender” reflete a percepção dos agentes parentais que quando as narrativas da mídia, especialmente as telenovelas, abordam a questão do racismo e preconceito, elas tradicionalmente partem de uma situação pautada por contextos negativos de conflitos e confrontos entre opressor e oprimido para somente no final dessas narrativas apresentarem um possível final de expressões positivas. Em outras palavras, os negros durante essas narrativas são vítimas de muitas situações de racismo e sofrimento e só no final dessas histórias são inseridos em contextos positivos de valorização e superação.

Para os agentes parentais, essa lógica das narrativas midiáticas muita vez pode traumatizar especialmente as crianças negras que, quando vivem suas primeiras experiências com o racismo, deparam com esses conteúdos negativos sem ainda terem estrutura para filtrá-los. Logo, esses contextos ofertados pela mídia acentuam as expressões negativas das experiências racistas que as crianças enfrentam no seu dia a dia.

[...] em minha opinião, eles tinham que fazer uma novela e abordar o assunto tipo ao contrário. Tipo, ao invés de por o negro sofrendo, colocar uma pessoa mais clara conversando com os filhos sobre os amiguinhos terem a pele e o cabelo diferentes. (Agente parental, avó, entrevista 8)

Mãe: Eu acho que ele [filho] iria ficar triste [a mãe começa a chorar] vendo essa cena [da novela Babilônia].

Entrevistadora: Deixa eu te dar um abraço. [Momento de muita sensibilidade e emoção para a entrevistada e entrevistadora].

Mãe: Desculpe-me, é que eu sou muito emotiva mesmo. Eu segurei o quanto eu pude. Te juro! A gente assiste e a gente chora junto em casa sabia? Esse sofrimento [da personagem da novela]. É forte e aborda muita coisa. Não é? (Agente parental, mãe, entrevista 3)

Filho mais velho: Depende, por exemplo, se mostrar a cena dessa menina [da telenovela Babilônia] é uma coisa, agora se fosse uma cena diferente de um negro indo para tal lugar como um restaurante e sofrer racismo lá. Essa cena, talvez a criança possa gravar aquilo mostrado e ficar com essa ferida e sempre pensar “não vou ir para tal restaurante porque aconteceu aquilo na novela”. Daí ela evita de fazer muita coisa na vida. Eu mesmo evitei fazer muita coisa por questão de medo de sofrer preconceito, que amigos meus já sofreram. [...]. E se você for ver na cena da novela a menina está triste, mas ela está brincando com uma boneca branca. É detalhe, mas o preconceito não é só chegar e dizer cabelo duro e macaco; são detalhes. (Agentes parentais, mãe e filho mais velho, entrevista 16)

Nessa atenção para a relação das crianças negras com as mídias, a maioria dos agentes parentais indica que há um cuidado de acompanhar as crianças nesse processo de interação com as narrativas midiáticas, especialmente por considerarem os impactos que essas abordagens podem produzir em suas identidades, pois essas narrativas como eles percebem, bem como indicado na subcategoria anterior, partem sempre de uma lógica acentuada do negativo para um breve positivo. Geralmente, esse positivo como observado pelos agentes parentais ocorre de modo rápido no final dessas narrativas como “moral da história”, mas há nessas narrativas um longo tempo para a promoção de abordagens negativas.

Devido a essa constatação e outros pontos adjacentes, como a ausência expressiva de negros e negras em narrativas de mídia no Brasil, alguns agentes parentais se organizam para dedicar um tempo do seu dia para acompanhar as crianças negras no consumo midiático, especialmente o televisivo, o que é demonstrado pelo componente “Tentando acompanhar as crianças negras no consumo de mídias”.

Entretanto, pelas vozes da maioria dos agentes parentais, observa-se que essa não é uma prática padrão na dinâmica familiar no Brasil, em que o que se identifica é que os agentes parentais selecionam e controlam o que as crianças consomem, bem como há uma interação conjunta entre os agentes parentais e as crianças, com destaque para o consumo das narrativas televisivas.

*Carrossel! A gente discutiu muito sobre preconceito. Eu assistia com eles. Então, a gente discutia muito também de como uma criança atrapalha a outra. Por que no Carrossel foi levantado o preconceito, o bullying. Tinha aquele menino o George, o riquinho, e a gente conversava muito. O Cirilo porque era negro e o gordinho, Jaime, porque era gordo e a gente conversava sobre isso. (Agente parental, mãe, entrevista 15)*

*Videogame e celular ele não é vidrado porque que eu não deixo. Eu acho que a criança tem que ter acesso a tecnologia fracionado, se ele jogar videogame hoje, ele não vai mexer no celular e assim eu vou intercalando. [...] eu não deixo ele jogar e assistir à nada que fale e faça apologia [...] de drogas, de armas, que critique a polícia. Ele gosta muito de funk, mas eu não deixo ouvir funk porque tem muito palavrão. Entendeu? Eu acredito que ajuda porque não têm essas coisas, que eu vou dizer assim que são coisas erradas, mas que não são coisas certas para a idade dele. (Agente parental, entrevista 19)*

Com esses cuidados na interação das crianças com as mídias, também é prática de alguns agentes parentais prepará-las para compreender e manejar seus contextos narrativos. Em outras palavras, os agentes parentais se dedicam ao processo que se denomina nesse quadro teórico explicativo sob o componente “Ensinando a filtrar as narrativas da mídia”.

*[...] é só você ter a sensibilidade e saber abordar os assuntos e falar. Você pode criticar ou não. É sempre a informação, mas você tem que saber a qualidade da informação. [Por exemplo,] as marcas não são diretamente expostas nos anúncios. O enredo e imagens são mais fortes, elas [marcas] estão lá, porém, de modo sutil. [...] Eu gostei da propaganda, mas não vou beber Coca-Cola por causa disso, mas para crianças isso não é direto. Eu preciso construir isso neles. É difícil, porque a imagem é forte. [...]. Tem esse discurso de acreditar no que passa na televisão. Olha passou na TV, isso é bom, vamos ter isso. Entendeu? [...] É difícil você competir com as coisas da TV [...]. (Agente parental, mãe, entrevista 20)*

*Não escondam nada para os filhos, porque não adianta esconder. A história da cegonha não deu certo há muito tempo e não vai dar daqui para frente. Não*

*tem que esconder. Tem que explicar! A mídia coloca muita coisa dentro da sua casa e se você não souber explicar para os filhos não vai dar certo. (Agente parental, mãe, entrevista 6)*

Como visto, as narrativas das mídias para a maioria dos agentes parentais são importantes ferramentas de apoio para a promoção de diálogos com as crianças negras. Há consciência dos agentes parentais da ainda forte resistência de expressões racistas nas narrativas midiáticas e, por essa razão, eles expressam preocupação de tentar acompanhar a interação das crianças negras com as mídias com o objetivo de capacitar as crianças para interpretar essas narrativas de modo a preservar e desenvolver sua autoestima e confiança frente à força que essas narrativas podem impor em suas biografias.

### Discussão dos resultados

Os agentes parentais, que socializaram suas experiências para fundamentar a matriz interpretativa desta pesquisa, estão com a responsabilidade de cuidar de crianças negras que se encontram nas fases iniciais de estruturação de seus *selves*. Arrisca-se indicar, com base nas diretrizes do interacionismo simbólico, que considerando as fases de desenvolvimento do *self* (imitação, brincadeira e jogo) (MEAD, 1932; NUNES, 2005), a maioria das crianças consideradas nesta pesquisa se encontra provavelmente no processo de avançar da fase “imitação” para a fase “brincadeira”.

Desse modo, essas crianças já fazem uso da imitação ao interagir com os outros significantes (pais, familiares, professores, colegas etc.) em suas mediações sociais e, além de apenas reproduzir essas imitações, elas gradativamente estão entendendo os objetivos e as consequências que direcionam seus atos, pois elas já estão introduzidas no universo dos símbolos e, portanto, iniciaram o desenvolvimento de seus *selves*. Nesse avanço, elas também adquiriram as sutilezas do processo de linguagem que, logo, as inscrevem na fase “brincadeira”.

As crianças apreendem para si as perspectivas dos indivíduos que respeitam e admiram a partir das experiências práticas dessa fase. Esses indivíduos, como indica o interacionismo simbólico, são os “outros significantes” considerados pelas crianças como modelos, que influenciam expressivamente essa fase de estruturação do *self*. Como visto, eles podem ser os pais, algum parente ou indivíduos muito próximos das crianças, como também podem ser “quaisquer personagens reais ou fictícios (super-heróis, artistas de cinema ou televisão etc.). Esses indivíduos ou personagens são responsáveis pela emergência do *self*, e isso ocorre com um significante de cada vez.” (NUNES, 2005: 52). De acordo com João Horta Nunes, as narrativas midiáticas, especialmente “os outros significantes” que circulam em suas materialidades, também podem agir nessas passagens de edificação dos *selves* dos indivíduos.

Considerando o desenvolvimento do *self* na fase brincadeira, é pela passagem saudável e proveitosa nessa fase que as crianças adequadamente conseguem desenvolver suas atividades sociais, tanto em relação aos outros quanto a si mesma, utilizando o aprendizado assimilado com as interações com os seus “outros significantes”. É no desdobramento gradativo dessa atividade complexa que o *self* social emerge e se estrutura.

É justamente nessa fase “brincadeira” de desenvolvimento dos *selves* que se percebe, pelas vozes dos agentes parentais, que as crianças negras geralmente começam a enfrentar suas primeiras experiências com as expressões do racismo sem compreenderem ainda as motivações e as sutilezas que estruturam esse “processo de hierarquização, exclusão e discriminação contra um indivíduo ou toda uma categoria social que é definida como diferente com base em alguma

marca física externa (real ou imaginada)” (LIMA; VALA, 2004: 402) ressignificada por atributos de inferioridade.

Desse modo, ao perceberem que as crianças negras que estão sob seus cuidados começaram a enfrentar suas primeiras experiências com o racismo, os agentes parentais sofrem um dolorido impacto psicológico e emocional diante dessa situação e dos desafios que ela impõe. Alguns dos agentes parentais inclusive sinalizam a consciência que já esperavam que essas situações acontecessem cedo ou tarde em suas vidas, pois sabem por experiência própria que a sociedade brasileira ainda é racista. Mas a realidade de testemunhar crianças negras começando a enfrentar e perceber essas situações é algo profundamente delicado e exige ações atenciosas e estratégicas para tentar neutralizar os impactos que essas experiências podem gerar na biografia das crianças.

Entretanto, identifica-se nesse cenário que todos os agentes parentais também negros expressam certa dificuldade para lidar com as situações advindas com as primeiras experiências das crianças com o racismo, tendo em vista que eles já carregam suas próprias marcas e dores produzidas pelo racismo ao longo de suas vidas. Essas marcas se tornam ainda mais profundas e doloridas frente à consciência dos agentes parentais de que as crianças negras estão sendo inscritas nesse ciclo de opressão identitária.

Nesse contexto, de um lado há os agentes parentais que não conseguem lidar e enfrentar essas situações e se omitem permitindo que as crianças negras por si mesmas desenvolvam no curso de suas relações sociais modos para compreender e enfrentar essas situações; no entanto, por outro lado há os agentes parentais que tentam lidar com os desafios dessas situações com a esperança de conseguir de algum modo proteger a dignidade e o bem-estar das crianças, porém nessas tentativas é perceptível observar certas dificuldades dos agentes parentais de como as conduzir adequadamente.

Pelos discursos das experiências dos agentes parentais que fundamentam esta pesquisa, constata-se a percepção que atualmente as crianças negras no Brasil, mesmo longe do ideal, estão tendo oportunidades de encontrar nas narrativas midiáticas representações mais qualificadas de indivíduos negros, oportunidade que seus agentes parentais quase não tiveram quando crianças.

Desse modo, as narrativas midiáticas da atualidade, ao inserirem os negros em posições positivas de destaque em narrativas midiáticas contraintuitivas com moderadores contraestereotípicos (LEITE, 2014; entre outros), começam a possibilitar um exercício simbólico e social pluridimensional tanto para as crianças negras (e indivíduos negros em geral) quanto para a sociedade em geral permitindo que “outros/novos” conteúdos sejam associados às imagens do negro e da negra no Brasil.

Esse movimento atrasado das narrativas midiáticas, na realidade de seus responsáveis (anunciantes, produtores e profissionais de mídia), que se testemunha atualmente pode colaborar para posicionar essas narrativas, bem como a imagem de seus patrocinadores, em linha com as demandas sociais e de mercado, que apontam para a necessidade urgente de consideração, respeito e inclusão da diversidade identitária nos contextos da mídia de modo mais efetivo.

Considerando as expressões das narrativas midiáticas, os dois perfis de agentes parentais identificados no quadro geral dos resultados desta investigação, isto é, aqueles que tentam lidar com as situações das primeiras experiências de crianças negras com o racismo e aqueles que não sabem como lidar com essas situações, apropriam-se das materialidades midiáticas de modo distinto para apoiar seus comportamentos na interação com as crianças negras.

Dessa maneira, os agentes parentais que não sabem lidar com essas situações acabam transferindo para as mídias o papel de desenvolver nas crianças, pelos efeitos cumulativos dos encontros delas com suas narrativas, a conscientização sobre as expressões do racismo na sociedade. Esses agentes parentais estão condicionados por suas próprias experiências com o racismo, essas que afetam e/ou afetaram o processo de desenvolvimento positivo de sua autoestima. A percepção dessa afetação é saliente em seus discursos, os quais fundamentam esta pesquisa, nos quais é possível localizar referências que inscrevem esses agentes parentais como detentores de baixa autoestima.

Já aqueles agentes parentais que tentam lidar com as situações das primeiras experiências das crianças negras com o racismo, também têm sua autoestima abalada por suas próprias experiências com o racismo, no entanto, eles controlam as expressões dessas experiências para priorizar o processo de cuidar do desenvolvimento e bem-estar social das crianças. Os agentes parentais conseguem demonstrar, tendo em vista suas próprias experiências, que as crianças negras são alvos fáceis para discriminação e racismo no dia a dia em todos os seus espaços de interação social, inclusive quando elas interagem com as narrativas midiáticas.

Para esses agentes parentais, as materialidades midiáticas também servem como suporte, assim como para os agentes parentais que não sabem lidar com as situações do racismo na vida das crianças negras, no entanto a diferença entre eles é que os agentes parentais que tentam lidar com as situações de racismo usam as mídias como suporte no processo de interação social e simbólica com as crianças negras, ou seja, eles não transferem às narrativas midiáticas o papel de orientação e conscientização das crianças negras.

Os agentes parentais que tentam lidar com as situações das primeiras experiências do racismo na vida de crianças negras sem nenhuma base de orientação teórica agem tendo as narrativas midiáticas como apoio para estimular nas crianças negras competências para que consigam interpretar o papel social das mídias e as expressões negativas e positivas que podem ser publicizadas em suas narrativas em relação a suas identidades. Na verdade, pode-se considerar que esses agentes parentais, grosso modo, vêm aplicando informal e intuitivamente em suas interações com as crianças negras ações que podem ser enquadradas na amplitude do conceito que academicamente estão denominando como “competências midiáticas” (BAUER, 2011), isto é, a capacidade de estimular indivíduos a desenvolverem habilidades críticas frente às dinâmicas de interação inscritas pelo consumo e usos midiáticos.

Enfim, esse contexto está em linha com o entendimento compartilhado nesta pesquisa sobre as expressões da midiatização (HEPP, 2014) na sociedade contemporânea ou no que Thomas A. Bauer define apropriadamente como “midialidade da comunicação” (BAUER, 2011), ou seja, a ampla presença das mídias no cotidiano e o potencial de seus usos e consumo contribuir, influenciar e inspirar as competências midiáticas de indivíduos para ações que promovam justiça social e cidadania.

### **Considerações finais**

Os resultados edificados para responder a problemática norteadora desta investigação trouxeram uma interpretação, fundamentada nas vozes de agentes parentais brasileiros, bastante substancial do problema em pauta, porém revelando um foco pessimista sobre o despreparo latente dos agentes parentais de agirem efetivamente ao criarem práticas e processos para enfrentar o racismo diante dos desafios das primeiras experiências de crianças negras brasileiras com o racismo.

As ações diante dessas situações quando acontecem são de praxe reativas e improvisadas. Esse comportamento foi identificado na maioria dos discursos dos agentes parentais informantes desta investigação, independente de idade, classe econômica ou nível educacional. Notou-se ainda em seus discursos um tom muito acentuado de lamentação, conformismo e falta de perspectiva de mudanças, em longo prazo, de ações sociais que efetivamente combatam as manifestações racistas da sociedade. As narrativas midiáticas contraintuitivas com moderadores contraestereotípicos foram apontadas nesse contexto como tentativas de contribuição para esse combate, no entanto a circulação dessas narrativas na mídia ainda é muito baixa.

## Referências

BABILÔNIA. 60'. *Globoplay*, 30 maio 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/CaiDvY>>. Acesso em: 29 jun. 2017.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 10., 2011, Curitiba. *Anais...* Curitiba: Champagnat, 2011. p. 329-341.

BAUER, T. O valor público da Media Literacy. *Líbero*, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 9-22, 2011.

BIANCHI, E. M. P. G.; IKEDA, A. A. Usos e aplicações da grounded theory em administração. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, Recife, v. 6, n. 2, p. 231-248, 2008.

BLUMER, H. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, C. D. *Teoria da comunicação: textos básicos*. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 119-138.

BOYER, P. Comunicação, disciplina indiciária. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 73-88, 2008.

\_\_\_\_\_. *Religion explained: the evolutionary origins of religious thought*. New York: Basic Books, 2001.

\_\_\_\_\_. *The naturalness of religious ideas: a cognitive theory of religion*. Berkeley: University of California Press, 1994.

BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. Interação como contexto da comunicação. *Matrizes*, São Paulo, v. 6, n. 1-2, p. 25-41, 2012.

CHARMAZ, K. *A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa*. Tradução Joice Elias Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

COCA-Cola adoção linda propaganda adotar alimenta a felicidade. 0'33". *Gaai filhos do coração*, Youtube, 17 jun. 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/FU8TjH>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

DEY, I. Contribuições de G. H. Mead para pensar a comunicação. In: COMPÓS, 10., 2007, Curitiba. *Anais...* Curitiba: UTP, 2007. p. 1-16.

\_\_\_\_\_. *Grounding grounded theory: guidelines for qualitative inquiry*. San Diego: Academic Press, 1999.

- FRANÇA, V. V. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G. H. Mead. In: PRIMO, A. et al. *Comunicação e interações*: livro da Compós. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 71-91.
- FRY, P. Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. In: GOLDENBERG, M. *Nu & vestido*: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002. P. 303-325.
- GLASER, B.; STRAUSS, A. *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York: Aldine de Gruyter, 1967.
- HEPP, A. As configurações comunicativas de mundos midiaticizados: pesquisa da midiaticização na era da “mediação de tudo”. *Matrizes*, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 45-64, 2014.
- HEPP, A.; KROTZ, F. Mediatized worlds: understanding everyday mediatization. In: \_\_\_\_\_. *Mediatized worlds: culture and society in a media age*. London: Palgrave, 2014. p. 1-15
- HUTCHINSON, S. Education and grounded theory. In: SHERMAN, R. R.; WEBB, R. D. *Qualitative research in education: focus and method*. London: Falmer Press, 1998. p. 123-140.
- KROTZ, F. Media, mediatization and mediatized worlds: a discussion of the basic concepts. In: HEPP, A.; KROTZ, F. (Eds.). *Mediatized worlds: Culture and society in a media age*. London: Palgrave, 2014. p. 72-87.
- LEITE, F. Contraintuitivo e contraestereotípico na comunicação publicitária: distinções, articulações e complementariedades discursivas. *Revista Comunicação Midiática*. vol. 11, No 3: set/dez. 2016.
- LEITE, F. *Experiências de interação de mulheres brasileiras com publicidade contraintuitiva: Um estudo em Grounded Theory*. Tese (Doutorado) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/ Escola de Comunicações e Artes/ USP. São Paulo, 2015.
- LEITE, F. *Publicidade Contraintuitiva: Inovação no Uso de Estereótipos na Comunicação*. Curitiba: Editora Appris, 2014.
- LEITE, F. *A propaganda contraintuitiva e seus efeitos em crenças e estereótipos*. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/ Escola de Comunicações e Artes/ USP. São Paulo, 2009.
- LEITE, F.; BATISTA, L.L. A propaganda contraintuitiva e o efeito ricochete. *Galáxia* (PUCSP), 2008.
- LIMA, M. E. O.; VALA, J. Serão os estereótipos e o preconceito inevitáveis? O monstro da automaticidade. In: LIMA, M. E. O; PEREIRA, M. E. *Estereótipos, preconceitos e discriminação: perspectivas teóricas e metodológicas*. Salvador: UFBA, 2004. p. 41-68.
- LUCKMANN, B. The small life-worlds of modern man. *Social Research*, New York, v. 37, n. 4, p. 580-596, 1970.
- MARTÍN-BARBERO, J. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- MEAD, G. H. et al. *Espiritu, persona y sociedad: desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós, 1982.
- NUGGETS Sadia – 100% peito de frango. 0’32”. *Arquivo da propaganda*, Youtube, 7 maio 2015. Disponível em: <<https://goo.gl/b9ss3K>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

NUNES, J. H. *O interacionismo simbólico e a dramaturgia: a sociologia de Goffman*. São Paulo: Humanitas; Goiânia: UFG, 2005.

SHIBUTANI, T. Reference groups as perspectives. *American Journal of Sociology*, Chicago, v. 60, n. 6, p. 562-569, 1955.

STRAUSS, A. A social world perspective. *Studies in Symbolic Interaction*, Greenwich, v. 1, n. 1, p. 119-128, 1978.

TAROZZI, M. *O que é grounded theory?: metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados*. Trad. de Carmen Lussi. Petrópolis: Vozes, 2011.

THOMPSON, J. B. *A mídia e a modernidade: uma teoria da mídia*. Tradução Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

UPAL, M. A. What is more memorable counterintuitive concepts interpreted metaphorically or literally? In: ANNUAL MEETING OF THE COGNITIVE SCIENCE SOCIETY, 29., 2017, Mahwah. *Proceedings...* Mahwah: Lawrence Erlbaum, 2007. p. 1581-1586.

UPAL, M. A. et al. Contextualizing counterintuitiveness: how context affects comprehension and memorability of counterintuitive concepts. *Cognitive Science*, Norwood, v. 31, n. 3, p. 415-439, 2007.