

REPRESENTAÇÕES, MEDIAÇÕES E CAMPANHAS DE MOBILIZAÇÃO CONTRA O TRABALHO INFANTIL: COMO OS ADOLESCENTES CONSTROEM SENTIDOS?¹

REPRESENTATIONS, MEDIATIONS AND MOBILIZATION CAMPAIGNS AGAINST CHILD LABOR: HOW ADOLESCENTS MAKE SENSE?

Luíza Mônica Assis Silva*

Daniella Rocha Magalhães**

Victor Márcio Laus Reis Gomes***

RESUMO:

O objetivo deste artigo é avaliar como as peças das campanhas de mobilização do Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil (FNPETI) impactam as representações sociais de adolescentes sobre o trabalho infantil. Trata-se de um estudo sobre o processo de recepção, que tem como referências a Teoria das Representações Sociais de Serge Moscovici e a noção de mediações de Jesus Martin-Barbero. Realizamos uma pesquisa qualitativa multimétodo que contou com a participação de sete adolescentes cujas famílias são beneficiárias do Programa Bolsa-família, no Centro de Convivência (Cose) de Taguatinga, cidade periférica de Brasília. Os dados foram coletados em três etapas: percepções dos participantes sobre trabalho (1); recepção e avaliação das campanhas (2) e elaboração de peças de comunicação sobre trabalho infantil (3). Nas duas primeiras etapas o método utilizado foi o de Grupo Focal (GF) e no terceiro foi realizada uma oficina de cartazes, na qual os adolescentes criaram as peças sobre o tema. Verificou-se que as peças das campanhas não informam destacadamente aos adolescentes sobre a violação de seus direitos. Os resultados apontam que as campanhas afetam as representações sociais que estes possuem somente em relação ao público infantil, mas não criam identidade e sentido para a faixa etária relativa aos

* Professora do Programa de Pós Graduação em Comunicação na Linha de Processos Comunicacionais nas Organizações na UnB. BRASÍLIA, Brasil. luizamonica@uol.com.br

** Mestranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Católica de Brasília. BRASÍLIA, Brasil. rochamdani@gmail.com

*** Professor e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Católica de Brasília. BRASÍLIA, Brasil. victorlaus@gmail.com

adolescentes. Nas peças elaboradas eles reproduziram os formatos tradicionalmente utilizados pelo Fórum, não se colocaram como sujeitos nas campanhas, tampouco informaram ou denunciaram a violação de direitos para este grupo.

PALAVRAS-CHAVE: Campanhas de mobilização social; trabalho infantil; representações sociais.

ABSTRACT:

The purpose of this article is to assess how mobilization campaigns materials of the National Forum for Prevention and Eradication of Child Labour (FNPETI) impact social representations of adolescents on child labor. It is a study of the reception process, based on the Theory of Social Representations of Serge Moscovici and on the notion of mediation of Jesus Martin-Barbero. We conducted a multi-method qualitative research which included the participation of seven teenagers whose families are beneficiaries of Bolsa-família. The research took place in a community center located on the city of Taguatinga. Data were collected in three stages: participants' perceptions about work (1); reception and evaluation of campaigns (2) and preparation of communication materials on child labor (3). In the first two steps the method used was Focus Group (FG) and in the third it was held a workshop in which teenagers had to create material on the topic. It was found that official materials of the campaigns do not inform teenagers about violations of their rights. The results indicate that the campaigns affect the social representations they have only in relation to children, but do not create identity and sense for the age group relative to adolescents. In elaborated materials they reproduced the ones traditionally used by the Forum, do not put themselves as subjects in campaigns, neither report violations of rights.

KEYWORDS: Social mobilization campaigns; child labor; social representations.

INTRODUÇÃO

Casos de desrespeito aos direitos de crianças e adolescentes são comuns na sociedade brasileira, na qual o trabalho desse público, em diversos contextos sociais, ocorre muitas vezes de forma naturalizada, ao ponto de contarem com divulgação midiática, ainda que proibidos por normativas legais já consolidadas.

A legislação estabelece que no Brasil o trabalho, remunerado ou não, é proibido para crianças e adolescentes menores de 16 anos. Acima dos 14 anos os adolescentes podem trabalhar na condição de aprendizes e entre 16 e 18 anos é proibido o trabalho

noturno, perigoso e insalubre. As normativas que estabelecem idade e condições de trabalho são: Convenção 138, da Organização Internacional do Trabalho (OIT), ratificada pelo Brasil em 2002; a Constituição Federal de 1988; a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT, 1943), o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA, 1990) e a Lei da Aprendizagem (2000).

No entanto, não é incomum o uso de expressões como: “é melhor trabalhar do que roubar”, “trabalho traz aprendizado e forma o caráter”, revelando a distância entre as leis e as práticas sociais.

Esse estudo busca avaliar como a comunicação pode impactar as representações sociais de adolescentes acerca do trabalho infantil. Para isso, tem como foco de análise as campanhas de mobilização social elaboradas e executadas pelo Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil (FNPETI) que objetivam informar, sensibilizar e mobilizar o público acerca do trabalho infantil como violação de direitos. Para o caso em análise, o grupo escolhido foi de adolescentes cujas famílias são beneficiárias do Programa Bolsa Família - um dos públicos destinatários das campanhas.

Os referenciais teórico-metodológicos utilizados, sobretudo na análise dos resultados, estão no campo da Psicologia Social, com a teoria das representações sociais, a partir do seu formulador inicial Serge Moscovici (1961, 2000) e de outros que o sucederam, para compreender os significados do trabalho infantil a partir das construções do senso comum. Há ainda referência ao campo das Ciências Sociais e da Comunicação, com as definições de movimentos sociais de Raquel Paiva (2004) e de Ilse Scherer-Warren (2006), para caracterizar o FNPETI, e das mediações de Jesus Martin-Barbero (1987), para analisar as estratégias comunicativas do Fórum.

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS ACERCA DO TRABALHO INFANTIL

Serge Moscovici (1961, 2000) conceitua as representações sociais como um conjunto de crenças e saberes socialmente construídos e partilhados, através dos quais pensamos, nos comunicamos e nos apropriamos do mundo, dando-lhe sentido. Ele as define como uma modalidade de conhecimento particular tendo a função de elaboração do comportamento e da comunicação entre os indivíduos. Jodelet (2001, p.18) afirma a importância das representações para a vida cotidiana por guiar, nomear e definir conjuntamente os aspectos da realidade diária. Para a autora, as representações circulam

nos discursos, nas mensagens e nas imagens dos indivíduos em suas interações sociais e pela mídia, “cristalizadas em condutas e em organizações materiais e espaciais”.

A comunicação desempenha um papel importante na construção das representações pela sua capacidade de formar opinião e de disseminar ideias através das trocas que os sujeitos fazem entre si, entre grupos sociais, instituições ou meios (MOSCOVICI, 1961, 2000). Tanto nos processos de interação quanto nos midiáticos a comunicação “aparece como condição de possibilidade e de determinação das representações e do pensamento sociais” (JODELET, 2001, p.30). Na formação das representações, Moscovici (1961, 2000) examina a incidência da comunicação sobre dois processos psicossociais: objetivação - tornar material, concreto os conceitos e imagens da representação social e ancoragem - forma como a representação é modelada na vida social, comparando-a a repertórios preexistentes de maneira a aceitá-la ou rejeitá-la.

No caso do trabalho infantil, suas representações partem da junção de dois conceitos que possuem estatutos de validade diferentes na sociedade: o trabalho e a infância/adolescência. Enquanto que para os adultos o trabalho agrega valor material, social e simbólico importantes, nas políticas para a infância e adolescência é fator de violação de direitos. Sua representação pelos grupos sociais, portanto, vai depender do sentido que eles atribuem a cada um dos conceitos e aos dois de forma articulada.

Alves-Mazzotti (1994), por exemplo, observou diferentes representações acerca do trabalho infantil por parte de adolescentes trabalhadores, a depender das práticas que vivenciaram no mercado. O tipo de atividade que desempenharam (positiva ou negativa, valorizada ou penosa) e as representações que eles tinham da família (solidárias ou exploradoras) foram definidoras para constituir uma representação negativa ou positiva sobre o fenômeno. Hofstatter (2005) também aferiu diferenças nas representações de pais que foram trabalhadores infantis e cujos filhos estavam inseridos no Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI)². O trabalho enquanto conceito e direito social teve representação positiva, fator de reconhecimento, liberdade e inserção social. Porém, enquanto experiência prática, foi representado de forma negativa por produzir sofrimento e penosidade, sendo fator de discriminação e violação de direitos.

Durante a revisão de literatura sobre representações do trabalho de crianças e adolescentes percebemos que inexistem pesquisas brasileiras que explorem as relações entre representações sociais e a comunicação nas campanhas de mobilização. Esta

lacuna é especialmente sentida caso desejemos avaliar o impacto das campanhas junto aos públicos.

A mudança social, principalmente no tocante ao respeito e à garantia de direitos de crianças e adolescentes, é um processo complexo, que exige uma acurada análise sobre como as representações mediam os processos comunicacionais de recepção que podem vir a transformar ou manter determinadas práticas sociais.

BREVE PANORAMA SOBRE O FNPETI E AS CAMPANHAS DE MOBILIZAÇÃO SOCIAL

O Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil (FNPETI) constitui-se numa articulação nacional, formada por representantes de organizações da sociedade civil, do governo, dos trabalhadores, dos empregadores, do sistema de Justiça, de organismos internacionais e de 27 fóruns estaduais com estrutura semelhante ao nacional, todos atuantes em políticas e programas de prevenção e erradicação do trabalho infantil. Criado em 1994, seu objetivo é discutir propostas, definir estratégias e construir consensos entre a sociedade civil e o governo sobre a temática do trabalho infantil.

Esse tipo de movimento, que ganhou corpo no Brasil, sobretudo a partir da década de 1980, como meio de fortalecimento da sociedade civil, está ligado à esfera de defesa da cidadania e seus valores, segundo Scherer-Warren (2006), se distinguem do Estado e do mercado, que são orientados preferencialmente pelas racionalidades do poder, da regulação e da economia.

A comunicação, no contexto do FNPETI, ajuda a promover a articulação, o debate, a negociação, a argumentação e os consensos entre seus membros, bem como a mobilizar a sociedade em torno do tema. Uma das estratégias mobilizadoras do Fórum são as campanhas do 12 de junho - dia Mundial e Nacional contra o Trabalho Infantil. Nessa data ocorrem diversas atividades promovidas tanto pelo FNPETI como por seus parceiros e outras entidades, como forma de dar visibilidade ao tema do trabalho infantil e de colocá-lo na agenda pública.

A estratégia de fixar uma data e a partir dela estruturar ações comunicativas segue a orientação da Organização Internacional do Trabalho - OIT, um dos parceiros do Fórum, que desde 2004 vem realizando e/ou apoiando ações de sensibilização e conscientização voltadas para os governos e para a sociedade em diversos países.

Normalmente, a OIT propõe um tema a ser trabalhado mundialmente e produz sua identidade visual. Os países então optam por aderir ou não à proposta. De acordo com o FNPETI, o Brasil sempre aderiu aos temas desde a primeira edição, mas nem sempre seguiu a identidade visual sugerida, seja por não fazer parte da realidade do país, seja por questão de prazo.

Não há planejamento elaborado por setor/área ou profissional de comunicação do FNPETI. Todas as ações são discutidas e deliberadas em assembleia do Fórum. Cada entidade parceira e cada Fórum Estadual tem liberdade para estruturar suas próprias estratégias a partir de sua realidade institucional e local.

O Fórum nacional tem o papel de disponibilizar eletronicamente as diversas peças das campanhas, sistematizar e divulgar as ações elaboradas pelos parceiros, contactar a mídia nacional, acompanhar e apoiar os parceiros, seja com informações e contatos, seja com participação em eventos específicos.

As estratégias são diversificadas e incluem a realização de eventos nos estados e municípios, tais como caminhadas, passeatas, panfletagens, audiências públicas, seminários, oficinas etc. Os públicos são difusos e, apesar de o FNPETI eleger alguns prioritários, como crianças, adolescentes, famílias e professores, nem sempre as peças e as estratégias são direcionadas a eles.

Para Martin-Barbero (1987), na análise comunicacional dos movimentos sociais é preciso deslocar o olhar dos meios para as mediações, ou seja, para as práticas comunicativas que tais movimentos desenvolvem e como elas mediam as relações entre os indivíduos, produzindo sentidos.

As campanhas do FNPETI, ao usar como estratégia eventos locais de mobilização, buscando dialogar diretamente com a sociedade civil, podem se inserir no que Martin-Barbero (1987) chama de lugares da mediação - a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural, bem como no conceito de mediadores - indivíduos que operam nas instituições locais, fazendo a conexão entre as experiências das pessoas e grupos e outras experiências do mundo técnico e/ou interlectual.

São nas feiras livres, nos pontos de ônibus e metrô, nos serviços da Assistência Social, da Saúde e da Educação, no comércio local, nas câmaras municipais e assembleias legislativas, que as ações normalmente ocorrem, procurando inserir os produtos da

campanha na vivência e no espaço cotidiano das pessoas. Os mediadores seriam os membros dos fóruns estaduais que atuam diretamente no contexto local e buscam o diálogo com os indivíduos e grupos.

Porém, a recepção (MARTIN-BARBERO, 1987), como fenômeno coletivo, encerra uma série de contradições e conflitos. Entre eles destaca-se a heterogeneidade de representações sociais acerca do trabalho infantil, tanto a partir dos locais de pertença dos sujeitos, quanto de determinados contextos sociais. Mesmo com acesso a dados e diálogo sobre as causas e consequências negativas do trabalho infantil, muitas vezes as pessoas e grupos sociais possuem visões, experiências e/ou contingências que não se alinham com as informações apresentadas.

No caso dos adolescentes, por exemplo, Martin-Barbero (2002) argumenta que está em curso uma profunda mudança nos seus modelos de socialização e cultura, o que implica novos modos de perceber e narrar a identidade. Assim, nos processos de mediações das campanhas do Fórum, é necessário analisar a nova conformação desses sujeitos.

A aposta do FNPETI é na produção de informações e sentidos capazes de modular uma representação social do trabalho infantil e de adolescentes como violação de direitos. Morigi (2004) ressalta essa possibilidade a partir da dinamicidade e plasticidade das representações sociais e da capacidade de a comunicação e os movimentos sociais as criarem ou recriarem, mobilizando, assim, a vontade coletiva.

METODOLOGIA

Esse artigo é resultado de um estudo exploratório que abrangeu três categorias de análise das representações sociais, com nomes correspondentes às etapas: *percepções dos participantes sobre trabalho* (1); *recepção e avaliação das campanhas* (2) e *elaboração de peças de comunicação sobre trabalho infantil* (3). Nas duas primeiras etapas o método utilizado foi o de Grupo Focal (GF) e na terceira uma oficina de cartazes, na qual os adolescentes criaram as peças sobre o tema.

A escolha pelo método de GF se deu em função de que a conversação, na avaliação de Moscovici (1961, 2000), é o momento mais propício para a compreensão sobre o processo de constituição das representações. Além disso, é um método que fomenta o debate, as opiniões e as observações dos sujeitos acerca de determinado fenômeno (BARBOUR, 2001, *apud* CAL, 2014). Já a oficina de cartazes, realizada seis dias após o GF, permitiu

avaliar que representações sociais os adolescentes construíram a partir da recepção e análise das peças das campanhas.

O Grupo Focal foi composto por sete adolescentes entre 13 e 17 anos, sendo três meninas e quatro meninos, atendidos pelo Serviço de Convivência e Fortalecimento de Vínculos chamado Cose Parada, localizado na cidade de Taguatinga, em Brasília, e cujas famílias são beneficiárias do Programa Bolsa Família³. Já a oficina de cartazes contou com seis dos adolescentes participantes do GF (um dos meninos não compareceu ao Cose nesse dia) e outros dois (um menino e uma menina) que só participaram dessa atividade, o que se mostrou produtivo para comparar suas representações acerca do tema em relação aos outros que já haviam discutido o assunto.

O perfil dos participantes foi de adolescentes pertencentes à classe popular, com renda familiar girando em torno de R\$ 1.000,00, alguns negros, estudantes de escola pública, com irmãos de um ou mais relacionamentos dos progenitores (apenas um adolescente é filho único), vivendo com pai e mãe, só com a mãe, com a avó ou a tia. O Cose classifica que um deles já teve seus direitos violados, inclusive com trabalho doméstico e os demais estão em situação de vulnerabilidade, incluídos, portanto, num serviço da Assistência Social que realiza atividades preventivas.

As peças de comunicação das campanhas⁴ do FNPETI avaliadas pelo Grupo Focal foram selecionadas a partir dos diferentes suportes midiáticos e dos temas abordados:

Vídeos	Spots de rádio	Cartazes
Artistas convocando as pessoas para montarem um cata-vento (símbolo mundial contra o trabalho infantil) humano na praia de Copacabana, no Rio de Janeiro. Slogan: todos juntos contra o trabalho infantil.	Trabalho infantil no campo, com narração remetendo a um menino.	Jogador Robinho segurando um cartão vermelho com o slogan: cartão vermelho ao trabalho infantil.
Montagem do cata-vento na praia de Copacabana, no Rio de Janeiro. Slogan: cartão vermelho ao trabalho infantil.	Trabalho infantil doméstico, com narração remetendo a uma menina.	Imagem de uma menina exercendo serviço doméstico e um menino vendendo doces, depois modificada para os dois estudando. Slogan: em defesa dos direitos humanos e da justiça social.
Vida Maria: animação contando a história de Maria José, uma trabalhadora infantil doméstica do campo e a manutenção do ciclo de pobreza pela mesma condição vivida pela sua mãe e depois por sua filha [5].		Imagem (e spot também) de uma menina trabalhando na cozinha e sua sombra projetada no chão, sendo que em uma mão aparece uma boneca e na outra um livro. Na narração a menina é repreendida por uma adulta por estar cantando e com isso se distrair e quebrar a louça. Slogan: tem criança que nunca pode ser criança. Trabalho infantil doméstico é proibido para pessoas com menos de 18 anos.

<p>Vinheta de menina vendendo produtos no sinal, depois substituído por ela estudando. Slogan: com educação nossas crianças aprendem a escrever um novo presente sem trabalho infantil.</p>		<p>Imagem de um lápis numa ponta e de um matelo na outra. Slogan: não ao trabalho infantil, sim à educação de qualidade.</p>
---	--	--

Cartaz da campanha de 2012:



Fonte: Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil (FNEPETI), disponível no endereço www.fnpeti.org.br

Cartaz da campanha de 2015:



Fonte: Fórum Nacional de Prevenção e Erradicação do Trabalho Infantil (FNEPETI), disponível no endereço www.fnpeti.org.br

Para análise do *corpus* foram definidas previamente três categorias: na primeira, denominada *percepções dos adolescentes sobre trabalho* (1), os temas analisados foram: experiências/vivências laborais, tipos de atividades que executariam e trabalho nas

suas famílias. Na segunda, nomeada *recepção* e avaliação das campanhas, os temas foram: idade (legalmente definida como trabalho infantil), público, tipos de atividades laborais, imagens / personagens e textos. Na terceira, chamada *elaboração de peças de comunicação* sobre trabalho infantil (3), os temas foram: textos, imagens e públicos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Logo na primeira etapa, ao serem indagados sobre se tem ou tiveram experiência de trabalho, somente uma menina se manifestou, afirmando que já trabalhou com tele-marketing e como vendedora em loja de roupas. Apenas quando a conversa avançou para que tipo de atividades exerceriam, caso tivessem oportunidade, é que outras experiências foram se revelando, como a de Lu., que foi ajudante de pedreiro, babá e entregador de panfletos na rua e as três meninas participantes do GF que foram babás de crianças das suas famílias. Portanto, somente ao analisar as atividades que exerceriam hoje foi possível ver com mais nitidez a percepção sobre trabalho que eles tem, muitas vezes não claramente expressa no discurso, mas emaranhada nas suas reflexões a partir da prática/vivência laboral.

Quatro das atividades elencadas o grupo afirmou que não exerceria, como doméstica em casa de outras pessoas (a casa de outra pessoa foi frisado por eles/elas), vendedor de rua, frentista e caixa de supermercado. O primeiro pela possibilidade de vivenciar situações humilhantes, o segundo por ser muito penoso ou constrangedor, o terceiro por questão de segurança (índice de assalto em postos) e o quarto pela responsabilidade em lidar com dinheiro dos outros.

O conceito de trabalho, assim, só foi concretizado quando objetivado pelo grupo. Ou seja, somente quando ganhou uma imagem real, icônica de atividades laborais concretas é que os adolescentes conseguiram significar o trabalho, num processo de objetivação. Eles listaram e descreveram as atividades para dar-lhes estatuto positivo ou negativo. Segundo Jodelet (2001), condição social, esfera de experiência privada e afetiva são fatores importantes na conformação de determinadas representações. Assim, as atividades laborais enunciadas pelos adolescentes partem da condição social e contextual a qual pertencem, podendo ganhar representações diferentes, por exemplo, em grupo de adolescentes de classe média ou alta.

A destinação do recurso proveniente de um possível trabalho (ou concretamente para aqueles que já trabalharam e receberam alguma remuneração, com exceção da função de babás) seria utilizado, de forma unanime pelo grupo, para consumo de roupas, sapatos, eletrônicos e guloseimas (refrigerantes, doces, salgadinhos etc). Somente uma menina destacou que utilizaria o recurso para ajudar a família. Após essa fala, e indagados pela moderadora se dariam esse mesmo destino ao recurso, é que os demais ponderaram que sim, em primeiro lugar para as mães e depois para os pais.

A entrada de crianças, mas, sobretudo de adolescentes, no mercado de trabalho, motivados pela aquisição de bens de consumo e não mais apenas pelas condições materiais de sobrevivência, foi constatada pelo Censo Demográfico do IBGE de 2010. Se antes (a partir de 1992, quando começaram as pesquisas) a maior parte do trabalho de crianças e adolescentes estava localizada nos setores extremamente empobrecidos, em 2010 81% de meninas e meninos de 10 a 15 anos pertenciam a famílias com renda *per capita* acima da linha de corte do programa Bolsa Família (maior que R\$ 140,00). Dessa forma, as representações sociais sobre trabalho infantil, que antes partiam de determinações como pobreza e miséria (motivadores de programas como o PETI e o Bolsa Família), hoje recebem novos componentes ligados ao consumo e à forma como o capitalismo se consolidou no século 21.

Os trabalhos executados pelos familiares com quem os adolescentes moram são todos genéricos, na conceituação de Castells (2009), para quem os trabalhadores foram divididos em duas categorias com a globalização e a sociedade em rede: genéricos / operários, substituíveis pelas máquinas e autoprogramados/especializados, com poder de autonomia no cumprimento de metas de produção. Tais familiares, portanto, exercem as funções de auxiliar geral, servente, cozinheira, porteiro, mecânico e vigilante. Todos relataram que eles tem rotinas estafantes, com jornadas extensas, locais de trabalho por vezes muito longe das residências e alguns não são regularizados pela CLT. Também afirmaram que eles começaram a trabalhar muito cedo, com idades variando de 7 a 14 anos.

A referência que os adolescentes possuem do mundo do trabalho parte, por um lado, dessa condição das suas famílias. Assim, na lista de atividades que topariam desempenhar, figuram funções de nível básico semelhantes. Portanto, a vivência das famílias com o trabalho, seja nas atividades desempenhadas, seja nas condições em que são executadas, serve como referência para os adolescentes na elaboração de um sentido e um conceito sobre o trabalho.

Por outro lado, esses adolescentes convivem em demais espaços sociais, como a escola e o Cose, e tem acesso, por meio da internet, a uma infinidade de informações sobre outras profissões que também lhes servem de referência. Isso pode ser observado quando perguntado que profissões gostariam de ter no futuro. Dentre elas a de professor de educação física - existente no Cose, enfermeira, bióloga, advogada, engenheiro, design gráfico e uma carreira no Exército.

Demonstram ainda um desejo de construir uma nova vivência de trabalho diferente da dos seus familiares, numa possibilidade de ressignificação tanto do lugar social ao qual estão ligados, quanto de construção de outra representação. Sá (1998, p.21) lembra que o fenômeno das representações “são, por natureza, difusos, fugidios, multifacetados, em constante movimento e presente em inúmeras instâncias da interação social”.

CAMPANHAS DE MOBILIZAÇÃO E REPRESENTAÇÕES SOBRE TRABALHO DE CRIANÇAS E ADOLESCENTES

Os adolescentes afirmaram nunca terem visto as peças das campanhas, com exceção de uma menina que viu o vídeo Vida Maria. Perguntados sobre o que era trabalho infantil, conforme as peças assim o nomeavam, todos o definiram a partir do conceito de criança. B.: “É quando uma criança deixa de ser criança para fazer trabalho de adulto”. T.: “A criança perde a oportunidade de crescer na vida para ajudar a sustentar a família”. Para eles, a referência de ser criança e não poder trabalhar se situa na faixa entre 13 a 14 anos, mas nas peças avaliaram que essa idade correspondia a 8 ou 9 anos. B.: “Tem aquele negócio do ciclo da infância e tem gente que acha que acaba com 7 anos”. J.: “Minha mãe achava que lavar louça, arrumar a casa era com 10 anos. Achava que com 10 já acabava [a infância]”. Apenas uma menina percebeu que as peças informavam que o trabalho infantil é proibido para menores de 16 anos ou 18 anos, a depender da atividade, como a doméstica, ao que todos se surpreenderam.

Essa mesma percepção sobre idade pode ser observada ao serem indagados para quem as peças eram destinadas: mais uma vez às crianças, ou em alguns casos aos adultos. Para avaliar se as peças de alguma forma falavam para eles, ou seja, para o universo dos adolescentes, como planejado pelo FNPETI na definição do público alvo, foi feito o seguinte questionamento:

Moderadora: Se vocês agora vissem uma menina na rua vendendo bala, se lembrariam do cartaz (que tinha aquela temática)?

Todos: Sim

Moderadora: E se ela fosse da idade de vocês?

Lu.: Acharia que ela estava vendendo pra igreja ou uma coisa assim, pra ajudar em alguma coisa.

Moderadora: Vender pra igreja é trabalho?

Todos: Não, porque ai quer.

Lu: Tá com intenção de ajudar.

Essa percepção de que o trabalho é proibido somente para crianças encontra respaldo nas próprias peças de comunicação. Em todas elas as imagens e os áudios remetem a crianças e somente nos textos a idade de 16 (ou 18 anos) é referida. Os elementos simbólicos que compõem o *layout* gráfico são todos do universo infantil, como brinquedos, roupas, cenário e vozes. O enredo das histórias também se refere a crianças. Esses elementos contrastam com a parte discursiva presente nos slogans, que na maioria dos produtos, mas não em todos, informa as idades estabelecidas por lei, criando uma contradição entre imagem e discurso. Assim, o objetivo de fazer as peças dialogarem com os adolescentes não é cumprido, e mais, reforça uma representação social do trabalho infantil que os exclui, indo na contramão dos objetivos das campanhas.

Moscovici (2000, p.50) faz a distinção entre duas esferas de conhecimento: o universo consensual e o reificado. O primeiro é aquele construído pela sociedade, no qual “o humano é a medida das coisas” e é ainda onde se situam as representações sociais. Já o reificado é o da técnica e da ciência e na qual todas as coisas são “a medida do ser humano”. A comunicação, em especial quando utilizada com a intenção de mobilização, busca apresentar dados e informações técnicas capazes de esclarecer e formar opinião com base em conhecimentos analíticos/científicos para sensibilizar/mobilizar as pessoas. Ela teria o papel de traduzir o universo reificado para o consensual.

No entanto, no processo mesmo de concepção e simbolização das informações e dados, os sujeitos responsáveis pela definição e produção comunicativa podem acabar partindo de um universo consensual próprio para formar outro igualmente consensual. Esse pode ter sido o caso das peças de campanhas do FNPETI. Em que pese elementos técnicos/

analíticos compõem o discurso, outros, presentes sobretudo nas imagens, reduzem o conceito de trabalho infantil a apenas um segmento, que, em termos estatísticos, segundo o Censo 2010 do IBGE, é o de menor incidência - a grande parcela do trabalho está concentrada entre os adolescentes.

Já em relação ao tipo de atividade presente nas peças e aquelas que eles já executaram ou estariam dispostos a executar, foi possível perceber dois movimentos: de familiaridade e não familiaridade, ambos constituintes das representações sociais. O universo consensual é o espaço seguro, da identificação e aceitação. A mudança nesse universo, para Moscovici (2000, p.55), “somente é percebida e aceita desde que ela apresente um tipo de vivência e evite murchar o diálogo, sob o peso da repetição”. Mas, quando tal mudança não ocorre é necessário tornar o não familiar em algo familiar e, portanto, seguro para ser mantido no universo consensual.

O ato da re-apresentação é um meio de transferir o que nos perturba, o que ameaça nosso universo, do exterior para o interior, do longínquo para o próximo. A transferência é efetivada pela separação de conceitos e percepções normalmente interligados e pela sua colocação em um contexto onde o incomum se torna comum, onde o desconhecido pode ser incluído em uma categoria conhecida. (MOSCOVICI, 2000, p. 57)

O diálogo abaixo expressa os dois movimentos feitos pelos adolescentes, ora se identificando, ora resignificando (para adaptar) sua relação com o trabalho.

Moderadora: Os trabalhos que vocês listaram antes poderiam estar nas campanhas?

B.: A gente quer trabalhar pra ter nossas coisas. Tem mãe que não quer que trabalhe, mas estude pra ser alguém na vida.

T.: Babá

J.: Frentista

Lu.: Entregar panfleto

La.: Babá sim. Criança cuidar de outra criança?

Moderadora: E vocês que já foram babás, imaginavam que era trabalho infantil?

Todas: Não

La.: A gente não pensava, hoje sim. Criança não tem estrutura. Isso é obrigação de adulto.

J.: Eu cheguei a essa conclusão por hoje. Meu sobrinho mais velho tem 10 anos e a mais nova 6 meses e uma de 7 que quer cuidar da de 6 meses. Não tem lógica isso.

Outro caso de tensão entre o familiar e o não familiar pode ser observado ao se perguntar se algum deles se colocaria no lugar dos personagens das peças.

Lu.: Consigo imaginar, que eu já trabalhei pesado. Mas não fui obrigado não, é porque eu queria o dinheiro.

Moderada: Mas se coloca naquele lugar, se identifica com algum personagem?

Lu.: Não.

La: Ele se identifica sim, porque ele parou de estudar pra trabalhar, mas não foi a mãe dele que mandou.

Lu.: Precisava de dinheiro, minha mãe não dá, tem que correr atrás.

No primeiro diálogo, J., que já exerceu a função de babá, não se colocou na condição de trabalhadora, mas remeteu a história à sua sobrinha de 7 anos. Já Lu. justifica que seu caso foi uma escolha para ter seu próprio dinheiro, assim se afastando da condição de trabalhador infantil.

Em relação às suas famílias os adolescentes afirmaram os ver no lugar dos personagens, relembando relatos negativos que eles lhes contaram, mas associado a um sentimento de resignação. J.: “Meu pai se veria sim no vídeo. Minha mãe também. Ela não reclama, pois era por necessidade mesmo. Ela perdeu o pai muito nova e começou a trabalhar”. La.: “A vida era dura, pra ser alguém na vida tem que ralar”.

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO TRABALHO INFANTIL NOS CARTAZES PRODUZIDOS PELOS ADOLESCENTES

Dos oito cartazes elaborados, sete continham imagem de crianças e um, de um adulto. As crianças retratadas estavam todas felizes, em situação de lazer. Em apenas dois cartazes houve o contraponto entre umas trabalhando (no campo e de engraxate) e outras brincando. Em relação ao discurso, todas as peças se referiram unicamente a crianças. Duas palavras foram recorrentes: crime e não. Crime, para eles, na significação legal. As narrativas buscaram contrapor imagens de crianças felizes com textos demonstrando a tristeza do trabalho infantil, segundo eles mesmo explicaram.

A análise dos cartazes indica que, na elaboração das representações sociais acerca do trabalho infantil, os processos de objetivação e ancoragem foram definidos pela imagem/ícone da criança feliz e da classificação e nomeação do fenômeno como algo

negativo, criminoso, triste. O protótipo (SEMIN, 2001) seria da criança feliz, que teria esse sentimento alterado pela ocorrência de algo fora da sua condição etária. Jodelet (2001) afirma que as representações são caracterizadas pela relação com seu objeto de simbolização - substituindo-o e de interpretação - conferindo-lhe significações.

A pergunta de pesquisa anunciada na Introdução desse artigo, sobre a forma como as campanhas de mobilização impactam as representações sociais dos adolescentes sobre trabalho infantil, não comporta uma resposta taxativa entre o sim e ou não. Se levarmos em conta o público de crianças, certamente sim, pois foram nítidos em identificar a ilegalidade do fenômeno para eles.

No entanto, para o público adolescente e para eles mesmos não impactou, pois a não familiaridade e a não identificação com o conceito ficaram bem demarcados. Isso pode ser observado pela completa ausência de informações e de imagens voltadas para o público adolescente nos cartazes produzidos por eles, demonstrando uma objetivação seletiva como protetora da identidade daquele grupo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse estudo foi avaliar como as campanhas de mobilização do FNPETI conseguem impactar as representações sociais que os adolescentes possuem sobre trabalho infantil. As campanhas, por um lado, contam com uma estratégia local e próxima de disseminação junto a determinados públicos da sociedade, por meio das ações de mobilização que ocorrem na cotidianidade dos indivíduos e grupos, bem como dos atores que fazem a mediação, todos atuantes no contexto local.

Porém, os produtos utilizados para dar suporte ao trabalho mobilizador precisam de melhor adequação, tanto no nível de elaboração de informações e sentidos que ajudem a modular uma representação social sobre trabalho infantil como violação de direitos, quanto de segmentação e foco para os diversos públicos que deseja atingir.

Há uma divergência entre fazer o trabalho na ponta junto a tais públicos e o caráter monotemático das peças, que não consegue dialogar com todos aqueles pretendidos, sobretudo os adolescentes. Assim, a identificação com o conteúdo é restrita, o que limita a adesão e a mobilização.

Para os adolescentes, seria necessário, além de conteúdos mais específicos, outros formatos e suportes comunicativos capazes de envolvê-los. Em um breve levantamento sobre o uso das tecnologias e sobre meios de comunicação preferidos pelos participantes desse estudo, todos afirmaram serem usuários assíduos de redes sociais (whatsapp, instagram, snap chat, facebook) e preferirem a internet como meio de informação e entretenimento em relação à televisão, ao rádio e ao impresso.

Certamente, a representação social do trabalho infantil e adolescente conta com uma forte tradição e memória da sociedade sobre o valor e a importância do trabalho no “enobrecimento do homem”, como dita o senso comum. Mudar essa representação, colocando em evidência o conceito de infância e adolescência e sua condição de não trabalho, não é tarefa simples, porém possível. Moscovici (2000) avalia que para compreender uma representação é necessário ir à sua origem e conhecer sua natureza convencional. Só assim é possível criar ou recriar outras que na circulação, no encontro, na atração e na aversão dão oportunidade ao nascimento de novas representações, enquanto as velhas morrem.

Esse estudo possibilita e indica uma série de desdobramentos, como a realização de novos estudos de recepção com outros públicos destinatários das campanhas de mobilização do FNPETI, tais como crianças, familiares e professores. Suscita também pensar, do ponto de vista organizacional, sobre o papel e o lugar da comunicação para o FNPETI, não só nas campanhas como em outras estratégias definidas em sua missão e objetivos institucionais. Por fim, indica um profícuo campo de estudo e intersecção entre as representações sociais e as mediações.

REFERÊNCIAS

CAL, D. G. R. **Configuração política e relações de poder no trabalho infantil doméstico: tensões nos discursos dos *media* e de trabalhadoras.** Belo Horizonte, 2014. Originalmente apresentada como tese de doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.

CASTELLS, M. **Comunicacion y poder.** Alianza Editorial, Cultura Libre, Madrid, 2009, p. 50-71.

HOFSTATTER, L. S. **Trabalho, política de inserção e representações sociais: Um olhar sobre o Programa de Erradicação do Trabalho Infantil.** Porto Alegre, 2005. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

MARTIN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações.** 5. ed., Rio de Janeiro: EdUERJ, 2008.

MARTIN-BARBERO, J. *Jóvenes, comunicacion e identidad*. Pensar Iberoamérica - Revista de Cultura. Organización dos Estados Iberoamericanos (OEI). Número 0, fevereiro de 2002. Disponível em: < <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric00a03.htm> >.

JODELET, D. (Org.). *As Representações Sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

MOSCOVICI, S. *Representações Sociais: Investigações em psicologia social*. 10. ed., Petrópolis: Vozes, 2013.

MOSCOVICI, S. *A Psicanálise, sua imagem e seu público*. Petrópolis: Vozes, 2012.

MOURA, F. de A., CUTRIM, L., SILVA, A. P. *Estratégias de comunicação na rede de denúncia do trabalho escravo no Maranhão*. CAMBIASSU - Edição eletrônica, São Luís: UFMA, janeiro/junho de 2013 - Ano XIX - Nº 12. Disponível em: <http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2013_1/escravo.pdf>.

OLIVEIRA, D.C. de; MOREIRA, A.S.P. (Orgs.). *Estudos Interdisciplinares de Representações Sociais*. 2. ed., AB Editora, 2000.

SÁ, C. P. *A Construção do objeto de pesquisa em representações sociais*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SCHERER-WARRER, I. *Das mobilizações às redes de movimentos sociais*. Soc. estado, vol. 21, no.1, Brasília. Jan./Abr., 2006. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69922006000100007 >

NOTAS

1. Esta versão foi revista e ampliada a partir do texto apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, ocorrido de 4 a 7 de setembro de 2015, no Rio de Janeiro/RJ.
2. O PETI (Programa de Erradicação do Trabalho Infantil), criado em 1996, foi o primeiro programa voltado ao enfrentamento do trabalho infantil no Brasil. É da competência do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome e está inserido dentro do Sistema Único da Assistência Social (SUAS).
3. O Serviço de Convivência é de responsabilidade da Secretaria de Desenvolvimento Social do governo do Distrito Federal e faz parte da política do Sistema Único da Assistência Social (SUAS), coordenado pelo Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS).
4. Todas as peças estão disponibilizadas no site do FNPETI: <http://fnpeti.org.br>.
5. Esse vídeo não foi produzido pelo FNPETI e sim pela VIACG Produção Digital e coprodução da Triofilmes, mas contou com apoio do Fórum e está disponibilizado em seu site.

Artigo recebido: 29 de outubro de 2015

Artigo aceito: 15 de dezembro de 2015