

Campanhas de Mobilização e Representações Sociais sobre Trabalho Infantil: Como os Adolescentes se veem?¹

Daniella Rocha Magalhães²

Universidade Católica de Brasília – UCB, Brasília, DF

Resumo

Esse trabalho apresenta uma análise qualitativa sobre como campanhas de mobilização podem impactar as representações sociais que os adolescentes possuem sobre trabalho infantil. O referencial teórico utilizado foi do campo da Psicologia Social com a teoria das representações sociais de Serge Moscovici e do campo da Sociologia e da Comunicação, com o conceito de mediações de Jesus Martin-Barbero. O método utilizado para aferição da recepção das campanhas abrangeu Grupo Focal e oficina de produção de cartazes. Os resultados apontam que as campanhas afetam as representações sociais que os adolescentes possuem sobre o tema somente em relação ao público infantil, mas não criam identidade e sentido para as faixas etárias mais velhas. Há um descompasso entre as estratégias de mediação utilizadas e as peças elaboradas.

Palavras-chave

Mobilização social; representações sociais; trabalho infantil.

Introdução

Em maio de 2015 o jornal Diário do Pará veiculou em sua seção de classificados um anúncio no qual um casal de evangélicos buscava adotar uma menina entre 12 e 18 anos para morar com a família e cuidar de um bebê de 1 ano. Nesse mesmo ano o site do apresentador Luciano Huck veiculou, durante o período do carnaval, uma campanha de vendas de camisetas na qual modelos infantis estampavam as frases: “vem ni mim que eu tô facim” e “me beija que eu sou carioca”. Ambos os casos foram considerados situações de trabalho infantil³ pelo Ministério Público do Trabalho do Pará e do Rio de Janeiro, respectivamente, e anunciantes e proprietários dos veículos foram autuados⁴.

Casos como esses são comuns na sociedade brasileira, no qual o trabalho de crianças e adolescentes, 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

¹ Trabalho 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.

² Mestranda do curso de Comunicação da UCB, e-mail: rochamdani@gmail.com

³ A nomenclatura trabalho infantil será utilizada nesse texto para referir-se a ao trabalho executado por crianças e adolescentes até 18 anos, conforme estabelece a legislação brasileira, explicitado logo abaixo.

⁴ Na primeira situação, além de trabalho infantil doméstico, o anúncio sugeria adoção ilegal. Na segunda situação os modelos não tiveram autorização judicial para executar o trabalho e o conteúdo das campanhas foi considerado impróprio para a faixa etária infantil. Ambos os casos podem ser pesquisados no site: <http://www.fnpeti.org.br>

proibido para crianças e adolescentes menores de 16 anos⁵. No entanto, não é incomum o uso de expressões como: “é melhor trabalhar do que roubar”, “trabalho traz aprendizado e forma o caráter”, “eu trabalhei quando criança e não tive problemas”, 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. A pergunta norteadora é como as estratégias e instrumentos de comunicação das campanhas de mobilização afetam as representações sociais que determinados grupos possuem sobre o fenômeno. Para o caso em análise o grupo escolhido foi de adolescentes inseridos no 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) 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

⁵ 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).

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 idéias através das trocas que os sujeitos fazem entre si, entre grupos sociais, instituições ou meios (MOSCOVIVI, 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). 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 forma 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 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)⁶. 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.

⁶ O PETI, 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).

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 (OIT e Unicef) 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. Paiva (2004) os denomina de comunidade gerativa, formada por um conjunto de ações práticas do cotidiano e da localidade, norteadas pelo propósito do bem comum, passíveis de serem executadas por um grupo ou conjunto de cidadãos, dentro de um ambiente de multiculturalismo e globalização.

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. Como estratégia mobilizadora, uma das ações prioritárias do Fórum são as campanhas do 12 de junho – Dia Mundial e Nacional contra o Trabalho Infantil. Na semana em comemoração a essa data o FNPETI realiza, há 11 anos, uma campanha, envolvendo todas as instituições participantes do coletivo, em especial os fóruns estaduais, como forma de colocar o tema na agenda pública. Em torno de uma temática e de uma arte gráfica⁷ são elaborados diversos materiais, utilizados numa série de eventos mobilizadores promovidos nos estados e municípios, tais como caminhadas, passeatas, panfletagens, audiências públicas, seminários, oficinas etc.

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.

⁷ A OIT propõe um tema a ser trabalhado mundialmente em determinado ano e os países aderem ou não à proposta. O Brasil sempre aderiu, desde a primeira edição, em 2004, mas nem sempre seguiu a identidade visual sugerida, seja pelo tema não fazer parte da realidade do país, seja por problemas técnicos. Acatada a proposta temática e visual os países planejam a campanha e elaboram suas peças e estratégias.

As campanhas do FNPETI, ao usar como estratégia eventos locais de mobilização, buscando dialogar diretamente com a sociedade civil, pode 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 possuem visões, experiências e/ou contingências que não se alinham com as informações apresentadas.

No caso dos adolescentes, por exemplo, Martin-Barbero (2002) argumenta de que está em curso uma profunda mudança nos seus modelos de socialização e cultura, o que implica em 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 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 a criarem ou recriarem, mobilizando, assim, a vontade coletiva.

Método

Esse artigo é resultado de um estudo exploratório que abrangeu três níveis de análise das representações sociais: percepções dos participantes sobre trabalho (1); recepção e

avaliação das campanhas (2) e elaboração de peças de comunicação sobre trabalho infantil (3). Nos dois primeiros níveis o método utilizado foi o de Grupo Focal (GF) e no terceiro 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 satélite de Taguatinga, no Distrito Federal e cujas famílias são beneficiárias do Programa Bolsa Família⁸. 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, todos 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 a mãe, avó ou tia. O Cose classifica que um deles já teve seus direitos violados, inclusive com trabalho infantil doméstico e os demais estão em situação de vulnerabilidade, incluídos, portanto, num serviço da Assistência Social que realiza atividades preventivas.

O roteiro para condução do GF e da oficina de cartazes obedeceu aos três níveis de análise sobre representações sociais, previamente definidos na pesquisa, envolvendo as seguintes categorias: percepções dos adolescentes sobre trabalho (1): experiências/vivências laborais, tipos de atividades que executariam e trabalho nas suas famílias; recepção e

⁸ 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). Ele atende a população em situação de vulnerabilidade que é encaminhada pelo Centro de Referência da Assistência Social (CRAS). Dos sete adolescentes, seis fazem parte do programa ProJovem Adolescente, também coordenado pelo MDS e que visa o fortalecimento da convivência familiar e comunitária e os estudos e que oferece bolsa no valor de R\$ 190,00.

avaliação das peças de comunicação das campanhas (2): idade (legalmente definida como trabalho infantil), público, tipos de atividades laborais, imagens / personagens e textos, e elaboração de cartazes sobre trabalho infantil (3): textos, imagens e públicos.

As peças de comunicação das campanhas do FNPETI avaliadas pelo Grupo Focal foram selecionadas a partir dos diferentes suportes midiáticos e dos temas abordados⁹:

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. O slogan foi: 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. O slogan foi: 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. O slogan foi: 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 ¹⁰ .		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. O slogan foi: tem criança que nunca pode ser criança. Trabalho infantil doméstico é proibido para pessoas com menos de 18 anos.
Vinheta de menina vendendo produtos no sinal, depois substituído por ela estudando. O slogan foi: com educação nossas crianças aprendem a escrever um novo presente sem trabalho infantil.		Imagem de um lápis numa ponta e de um matelo na outra. O slogan foi: não ao trabalho infantil, sim à educação de qualidade.

⁹ Todas as peças estão disponibilizadas no site do FNPETI: <http://fnpeti.org.br>

¹⁰ 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.

Análise e resultados

Percepções sobre trabalho

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 telemarketing e como vendedora em loja de roupas. Apenas quando a conversa avançou para que tipo de atividades exerceriam hoje, 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 constatado pelo último Censo Demográfico do IBGE¹¹. 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 tem 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. Moscovici (2000) afirma que o pensamento social deve-se mais à convenção e à memória do que à razão; mais às estruturas tradicionais do que intelectuais. Portanto, a vivência das famílias com o trabalho, seja nas atividades desempenhadas, seja nas condições em que são executadas, servem 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

¹¹ Apresentado, analisado e divulgado pelo governo federal e OIT durante a preparação da III Conferência Global sobre trabalho Infantil, ocorrida no Brasil, em outubro de 2013.

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 carreira no Exército.

Demonstra 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 uma outra representação. Sá lembra que o fenômeno das representações “são, por natureza, difusos, fugidios, multifacetados, em constante movimento e presente em inúmeras instâncias da interação social” (SÁ, 1998)

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 louca, 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 e 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 design dos produtos 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) 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 situa 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 comporem o discurso, outros, presentes sobretudo nas imagens, reduzem o conceito de trabalho infantil a apenas um segmento, que inclusive, 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), “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.

Moderadora: 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, lembrando 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, pois a não familiaridade e não identificação com o conceito ficaram bem demarcados.

Conclusões

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 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, instagran, snap chat, facebook) e preferir 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 necessários que devem ser feitos. Novos públicos de recepção das campanhas de mobilização do FNPETI precisam ser contemplados para uma avaliação mais abrangente sobre a efetividade da comunicação nas representações sociais. Assim como mais aprofundamento teórico e possíveis aproximações entre o campo das representações e das mediações. Essa foi uma etapa exploratória que se mostrou frutífera e que apontou para a possibilidade de continuação da pesquisa no futuro.

Referências bibliográficas

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. Organização 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.

PAIVA, R.; BARBAHO, A. (Orgs.). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

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>.