



PROTAGONISMO NEGRO E A REPRESENTAÇÃO DA INFÂNCIA NO PODLAKIDS¹

Taís Regina Pereira Guilherme - Pontifícia Universidade Católica de Campinas - SP

Juliana Doretto - Pontifícia Universidade Católica de Campinas - SP

RESUMO

Partindo da ideia de que as crianças nem sempre são ouvidas pelos meios de comunicação, este trabalho tem como objeto o PodLáKids, um videocast apresentado por Laís Martins, uma menina negra de nove anos. Publicados no YouTube, os vídeos abordam tópicos como racismo, educação e autocuidado. Por meio da análise de conteúdo, nosso objetivo é investigar as representações da infância construídas pelo PodLaKids, estudando temáticas, abordagens, cenários, enquadramentos e fontes ouvidas nos episódios. Nos resultados preliminares, notam-se aspectos do protagonismo infantojuvenil, mas também coações impostas pelo mercado midiático à atividade criativa de crianças na mídia.

PALAVRAS-CHAVE

Infância; Podcast; Representações; Participação infantil; PodLáKids.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, existem muitos programas em podcast no Brasil, que abordam um leque diversificado de temas para os ouvintes e em diversos formatos, como o videocast, que é a junção do produto em áudio com as imagens (normalmente, a gravação da conversa). Vários deles usam o YouTube como plataforma, pela qual os episódios são transmitidos e remunerados. Apesar da força econômica do produto e da variedade de podcasts disponíveis, nota-se, em uma pesquisa inicial nos principais canais de distribuição de áudio, a ausência de crianças na apresentação das produções. Nesse sentido, vale ressaltar que, graças à praticidade do formato, que pode ser produzido com celulares e distribuídos em sites gratuitos, pessoas que não são profissionais da mídia têm assumido o microfone. Nesse mutirão de vozes, no entanto, a falta das falas de crianças é explícita.

A paulista de nove anos Laís Martins, no entanto, é uma das poucas crianças que conduzem um podcast feito para outras, o PodLaKids, lançado em 2022. No programa, a menina foca em questões como empoderamento infantil e feminino, educação e autocuidado e racismo, recebendo convidados adultos e crianças. Segundo ela, a ideia de criar o podcast se deu após ser convidada para participar de outro

¹ Trabalho apresentado no GT 2 – Culturas Populares, Identidades e Cidadania da XVIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã 2024, de 11 a 13 de junho de 2024, na Universidade São Judas (Paulista), São Paulo-SP.

projeto de áudio: “No programa eu pude falar o que eu sentia tudo bem organizadinho. Eu amei, saí de lá com um sorriso no rosto. Daí eu vi que falar era para mim”.²

Assim, neste projeto, temos o objetivo de buscar compreender como a produção apresentada por ela constrói ideias sobre o ser criança hoje em dia, marcadas ainda pela publicidade que alimenta o consumo de vídeos do YouTube no país, a regulamentação do trabalho infantil e o protagonismo das infâncias na mídia. Ou seja, nossa pergunta de pesquisa é: *Que representações de infância são construídas no podcast PodLaKids?*

2 METODOLOGIA

De caráter quanti-qualitativo, a pesquisa segue o método de análise de conteúdo, baseada na inferência, à qual se chega com base na organização dos dados do material investigado: “é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada” (Fonseca Júnior, 2005, p. 284). A primeira etapa do método é realizar o contato com o material, a partir do qual se estabelecem os objetivos da pesquisa. Em seguida, se definem as regras para a constituição do corpus e para a sua categorização, seguindo regras de representatividade, homogeneidade e pertinência. Neste trabalho, buscamos identificar e sistematizar as temáticas dos episódios, sua abordagem, cenários e enquadramentos e as fontes ouvidas.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

No texto “Crescer na era das mídias eletrônicas” (2007), David Buckingham faz uma discussão lúcida sobre as mudanças recentes da infância no contexto contemporâneo, mostrando que essa fase da vida continua passando por transformações. Por exemplo, passou o tempo em que a TV aberta ou fechada dominava a atenção infantil. “O consumo do YouTube pelas crianças não só cresce cada vez mais como também cresce mais do que o consumo da TV” (Tomaz, 2018, p. 11).

O YouTube é uma plataforma digital em que assuntos pertencentes à sociedade são apresentados e discutidos nos vídeos publicados — e nos quais as crianças também estão. Ele atua assim “como janelas para as crianças verem o mundo” e “para o mundo ver as crianças” (Tomaz, 2018, p. 13). Assim, as crianças, com acesso à internet e às tecnologias, e que passam a fazer parte dos produtores desses conteúdos, envolvem-se no um processo de “construção de um lugar de fala nessa instância. Gozam de oportunidades para se constituírem de novas formas no mundo, mesmo correndo os riscos

² Trecho da entrevista da Laís para o portal Notícia Preta. Disponível em: <https://noticiapreta.com.br/podcast-lais-martins/>. Acesso em: 29 abr. 2024.

advindos de tal exposição” (Tomaz, 2018, p. 3-4), tais como o trabalho infantil e as pressões do mercado.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em uma análise inicial, vemos que em parte dos vídeos Laís trata de questões raciais, normalmente com adultos, que normalmente aparecem como representantes de empresas e outras instituições. Eles falam mais do que ela, abordando o tema com profundidade. Os comentários da criança são mais breves, mas é possível perceber que ela compreende os problemas trazidos pelo racismo. Porém, por ser uma menina de classe média alta, nota-se que suas vivências são diferentes de uma criança de periferia, por exemplo.

Alguns vídeos, em conversas com crianças e adultos, exploram a “infância moderna” e como as mídias digitais e as redes sociais fazem parte do cotidiano das crianças. Em muitos dos episódios do podcast analisados, Laís diz o quanto está feliz de poder falar abertamente sobre temas que contribuem para o bem-estar das infâncias: “Mesmo uma coisa horrível acontecer, não vou deixar de fazer esse podcast. Porque ele é algo único que me faz muito feliz”.

Em outro viés, porém, é possível ver que em vários dos episódios do podcast há propagandas de produtos culturais ou divulgação de instituições (como lojas de brinquedos, escolas de música e outras formas de entretenimento), já que representantes desses locais são os entrevistados. E isso ocorre também com as crianças convidadas para as conversas, pois elas em geral também fazem parte desse mercado, sendo web celebridades. Nos cenários, aparecem ainda objetos ligados a essas entidades e outros produtos. Por fim, percebe-se que, nos episódios com adultos, Laís se preocupa com o roteiro e parece procurar a direção das demais pessoas que estão no estúdio.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na construção da infância contemporânea, veem-se cada vez mais crianças “habilitadas” para falar, e se expressarem. Um dos mecanismos que propõe essa “nova infância” são as mídias digitais de comunicação, como canais no YouTube. Porém, embora as mídias tenham permitido que as crianças falem, nem sempre elas dizem por si mesmas, são ouvidas ou falam para todos os públicos infantis.

Nesses conteúdos on-line infantis, normalmente são abordados conteúdos gerados para entreter as crianças e gerar desejo nelas. E isso acaba se tornando um mercado econômico lucrativo. Assim, as novas práticas de comunicação das infâncias por meio das mídias digitais também podem se tornar uma forma de ferir os direitos das crianças e impor constrangimentos a elas. No caso do PodLaKis, vemos que Laís aborda questões relacionadas às infâncias, mas os episódios são também atravessados por questões do mercado.

Referências

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias: após a morte da infância**. Tradução de Gilka Girardello. Florianópolis, 2007. Trabalho não publicado. Disponível em: [https://www.academia.edu/2748378/Crescer na era das m%C3%ADdias eletr%C3%B4nicas](https://www.academia.edu/2748378/Crescer_na_era_das_m%C3%ADdias_eletr%C3%B4nicas). Acesso em 24 fev. 2023.

FONSECA JÚNIOR, Wilson. C. da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisas em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer? Youtubers**, Infância e Celebridade. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2017.