

Evangelizar a infância com recursos lúdicos: análise de caso e proposta de intervenção

Evangelizing the children with ludicrous resources: case analysis and proposal for intervention

Plutarco de Souza Almeida

Formado em Comunicação Social pela Universidade Católica do Salvador (Salvador, BA); especialização em Comunicação Pastoral pela Pontifícia Universidade Javeriana (Bogotá, Colômbia); mestrando em Indústrias Criativas (fase de conclusão) na Universidade Católica de Pernambuco (Recife, PE). Atualmente exerce a função de Diretor do Campus João Pessoa da Universidade Católica de Pernambuco (Rua Maestro Osvaldo Evaristo, 456, Bairro dos Ipês, João Pessoa, PB). Email: plutarcosj@gmail.com

Resumo

O artigo analisa metodologicamente o evento “Missa com Crianças”, realizada em duas paróquias da Igreja Católica em João Pessoa, PB, sendo uma situada em bairro de classe A-B e outra de classe C-D, com a participação de bonecos-personagens, a fim de verificar até que ponto é possível detectar neste tipo de evangelização lúdica elementos formativos em termos de cidadania. A partir, então, da chamada “Análise de conteúdo” (BARDIN 1977), o texto elabora uma proposta de intervenção que contempla a prototipação de novos personagens (GANCHO 2001) com roteiros e falas mais adequados à formação cidadã das crianças que são o seu público-alvo.

Palavras-Chave

Evangelização; Ludicidade; Infância; Metodologia; Cidadania.

Abstract

The article methodologically analyses the event “Mass with Children”, held in two parishes of the Catholic Church in João Pessoa-PB, the one being located in the neighbourhood of class A-B and the other in class C-D, with the participation of puppets-characters, in order to verify the extent to which it is possible to detect in this type of ludicrous evangelization the elements of formation in terms of citizenship. Then, from the so-called “content analysis” (BARDIN 1977), the text elaborates a proposal for intervention which would examine the prototyping of new characters (GANCHO 2001) with scripts and narratives more appropriate to the citizenship training of the children who are its target audience.

Keywords

Evangelization; Ludicrousness; Childhood; Methodology, Citizenship.

Introdução

Aqui apresentamos um estudo de caso e fundamentamos uma proposta de intervenção, qual seja, a prototipação de bonecos-personagens com seus roteiros ou falas. Para isto, traçamos um roteiro metodológico com os seguintes momentos: a) pesquisa bibliográfica; b) levantamento de dados; c) pesquisa qualitativa; d) prototipação; e) validação do produto com as seguintes etapas e.1- apresentações para um grupo de crianças e seus pais; e.2- laboratórios de avaliação e levantamento de novas propostas com os pais.

Após termos feito a coleta da bibliografia disponível, realizamos um levantamento, através do envio de e-mails e ligações telefônicas, para sabermos quais eram as paróquias em

João Pessoa que celebravam a “Missa com crianças” com a participação de bonecos-personagens. De posse dos resultados deste levantamento, fizemos um recorte metodológico, ou seja, escolhemos duas paróquias, sendo uma de classe social elevada e outra de periferia. Esta pesquisa tomou como base um pequeno questionário aplicado via telefone (estávamos ainda na quarentena do Corona-vírus) aos dois grupos de pais, sendo vinte pessoas de cada paróquia. Levando em consideração principalmente a análise dos resultados da pesquisa, fizemos os protótipos dos bonecos e suas respectivas falas ou roteiros. A validação do projeto infelizmente teve que ser postergada devido à impossibilidade momentânea da participação direta das crianças por causa da pandemia¹.

Objetivos

- 1) Analisar metodologicamente, a partir de uma pesquisa (BARDIN 1977), o evento “Missa com crianças” em duas paróquias de João Pessoa, PB, a fim de detectar de que maneira as falas dos personagens podem ajudar na formação da infância para a cidadania
- 2) Prototipar novos bonecos-personagens cujos roteiros ou falas contemplem essa formação
- 3) Ampliar o alcance desses bonecos para outras plataformas digitais e buscar a sua sustentabilidade financeira

1. A pesquisa

A prototipação do nosso produto tomou com referencial, sobretudo, uma pesquisa de campo cuja análise seguiu a metodologia da chamada “Análise de conteúdo”. Um dos precursores desse tipo de análise foi Laswell (1916) [...] “que em meados de 1915, se utilizou da técnica nos Estados Unidos, com o intuito de identificar a postura estratégica dos demais países, proceder análise de imprensa e de propagandas” (LASWELL *apud* HENNIG; FOSSÁ, 2015, p.99) Essa metodologia foi sistematizada e alcançou popularidade a partir de Laurence Bardin (1977) que assim define a sua proposta,

“[...] é um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis, em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e conteúdos) extremamente diversificados [...] é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência” (BARDIN 1977, p 9)

Segundo a autora, se trata de “desocultar” as mensagens de cada conteúdo, desvendando o que nelas existe e que à primeira vista não se revela. O investigador científico “[...] procura o escondido, o latente, o não-aparente, o potencial de inédito (do não dito)” (BARDIN, 1977). Quanto à interpretação, a análise de conteúdo transita entre dois polos: o rigor da objetividade e a fecundidade da subjetividade. Nesse esforço de analisar o aparente para descobrir o que existe por trás dos conteúdos, “salienta-se o caráter social da análise de conteúdo, uma vez que é uma técnica com intuito de produzir inferências de um texto para seu contexto social de forma objetiva” (BARDIN, 1977)

¹ Em obediência ao Dec. N° 40.304, de 12/06/2020, publicado pelo Governo da Paraíba, o Arcebispo de João Pessoa assinou em 20/06/2020 o Dec. N° 004/20 proibindo o acesso de crianças e maiores de 60 anos aos templos católicos da Arquidiocese.

Bardin (1977) propõe três etapas a serem obedecidas na análise de conteúdo: 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. A primeira etapa consiste na escolha dos documentos, leitura, sistematização do material recolhido, escolha dos indicadores e formulação de hipóteses (1977). A fase 2 consiste na codificação por meio de recorte, agregação e enumeração, com base em regras precisas sobre as informações textuais, representativas das características do conteúdo (BARDIN 1977). De acordo com HENNIG e FOSSÁ (2015) a terceira fase da análise de conteúdo

“[...] compreende o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, consiste em captar os conteúdos manifestos e latentes contidos em todo o material coletado (entrevistas, documentos e observação). A análise comparativa é realizada através da justaposição das diversas categorias existentes em cada análise, ressaltando os aspectos considerados semelhantes e os que foram concebidos como diferentes. (HENNING e FOSSÁ, 2015, p.22)

Decidimos optar por esta metodologia em primeiro lugar por entendermos que ela poderia ajudar-nos a compreender melhor os discursos latentes (ocultos) nas falas dos bonecos-personagens das duas comunidades paroquiais pesquisadas. Além disso, uma vez analisados esses discursos, poderíamos elaborar roteiros de falas mais de acordo com a nossa proposta, qual seja, a formação para a cidadania.

Como veremos mais adiante, cada paróquia pesquisada está inserida numa determinada realidade socioeconômica, e isto, de acordo com o nosso entendimento, tem reflexos nos discursos dos bonecos-personagens. “Desocultar”, para usarmos a mesma expressão de Bardin (1977), o que está por detrás destes discursos, foi o nosso objetivo maior.

Desse modo, após a revisão bibliográfica, procedeu-se a um levantamento - através da troca de e-mails e/ou contatos telefônicos - com as secretarias paroquiais abrangendo 43 paróquias² existentes na Arquidiocese da Paraíba, no primeiro semestre de 2020, visando apenas saber quais eram aquelas comunidades paroquiais que realizavam o evento “Missa com Crianças” ao menos uma vez ao mês. Computados os dados, fizemos um recorte deste universo destacando tão somente duas paróquias onde os organizadores de modo regular utilizam o recurso lúdico do teatro de bonecos. A escolha dessas paróquias tomou como base o critério socioeconômico. Foram escolhidas, então, uma situada em região classificada como de classe “A-B” (Bairro Tambaú) e outra cujos frequentadores pertencem majoritariamente às classes “C-D” (Bairro Mandacaru).

O passo metodológico seguinte foi a realização de uma pesquisa, dessa vez tendo como universo apenas as duas paróquias selecionadas³. Esta pesquisa, feita também através de telefone e/ou e-mail, com a ajuda de um questionário próprio, foi respondida por 40 pais de crianças que frequentam a “Missa com Crianças”, sendo 20 de cada paróquia. A escolha desses pais foi feita de modo aleatório, a partir da indicação do padre responsável pela paróquia, uma vez que não tínhamos nenhuma relação com os entrevistados.

Num segundo momento, aliás, o mais importante para a nossa pesquisa, queríamos conhecer as palavras ou os termos mais utilizados nas falas dos bonecos-personagens de cada paróquia e que, por isso mesmo, eram lembrados pelas crianças após o evento.

² Além da Cidade de João Pessoa, consideramos as paróquias existentes nos municípios vizinhos: Bayeux, Santa Rita e Cabedelo, que compõem a região metropolitana e fazem parte da mesma arquidiocese.

³ Pesquisa feita em João Pessoa, PB, no período de 19/03/2020 a 11/05/2020.

Ao procedermos a análise dos conteúdos, o objetivo, de fato, era entender até que ponto essas falas estariam contribuindo ou não para a formação cidadã das crianças que constituem o público costumeiro da “Missa com crianças” em cada uma das comunidades.

Portanto, tratava-se de descobrir ou “desocultar”, como afirma BARDIN (1997), o que os seus verdadeiros sentidos estariam revelando. Por que após o evento as crianças se lembram com mais frequência de determinadas palavras e não de outras? Por que algumas palavras são mais citadas numa paróquia e não na outra? Isso poderia ter relação com a situação socioeconômica da paróquia?

Nesse momento do processo metodológico, Bardin (1977), recomenda que o pesquisador formule hipóteses, ou seja, afirmações de caráter provisório que deverão ser testadas. Para a autora, “trata-se de uma suposição cuja origem é a intuição e que permanece em suspenso enquanto não for submetida à prova de dados seguros” (BARDIN, 1977, p. 98) As hipóteses que no projeto aqui relatado tentamos provar são as seguintes:

a) Todos os elementos lúdicos causam algum tipo de impacto nas crianças, e isso independe da classe social a que pertençam;

b) O contexto socioeconômico de cada paróquia favorece a presença ou não de certa preocupação com a necessidade de formação para o exercício da cidadania.

Em outras palavras, supomos que, embora pertençam a estratos sociais bem distintos, todas as crianças, ainda que em graus diferentes, estão inseridas na mesma cultura digital (hipótese a). Porém, mesmo que os componentes lúdicos presentes na “Missa com crianças” garantam a atenção do público infantil de ambas as paróquias pesquisadas, as falas dos bonecos-personagens correspondem mais propriamente à realidade social e econômica de cada paróquia (hipótese b).

O questionário da nossa pesquisa constou de oito perguntas objetivas, dirigidas igualmente aos dois grupos de pais que frequentam a “Missa com Crianças”, sendo um grupo da Paróquia A e o outro da Paróquia B. A partir da demarcação deste universo, constituímos um corpus, de acordo com a metodologia da análise de conteúdo.

Segundo Bardin, “O corpus é o conjunto de documentos tidos em conta para serem submetidos aos procedimentos analíticos” (BARDIN, 1977, p. 96) Então, das oito perguntas⁴, destacamos apenas quatro, por considerarmos as mais importantes para fins de comprovação das hipóteses que levantamos. Antes, porém, fizemos uma sondagem junto às secretarias de ambas as paróquias a fim de sabermos qual é a faixa etária média das crianças que frequentam a missa com regularidade (ao menos 3 vezes por mês)⁵

Os gráficos a seguir trazem os resultados da nossa pesquisa:

⁴ Cf. questionário anexo

⁵ Embora as respectivas secretarias paroquiais não soubessem informar o número exato de crianças frequentadoras da missa, para efeito desse levantamento consideramos um universo de apenas 200 crianças, 100 em cada paróquia.

Gráfico 1

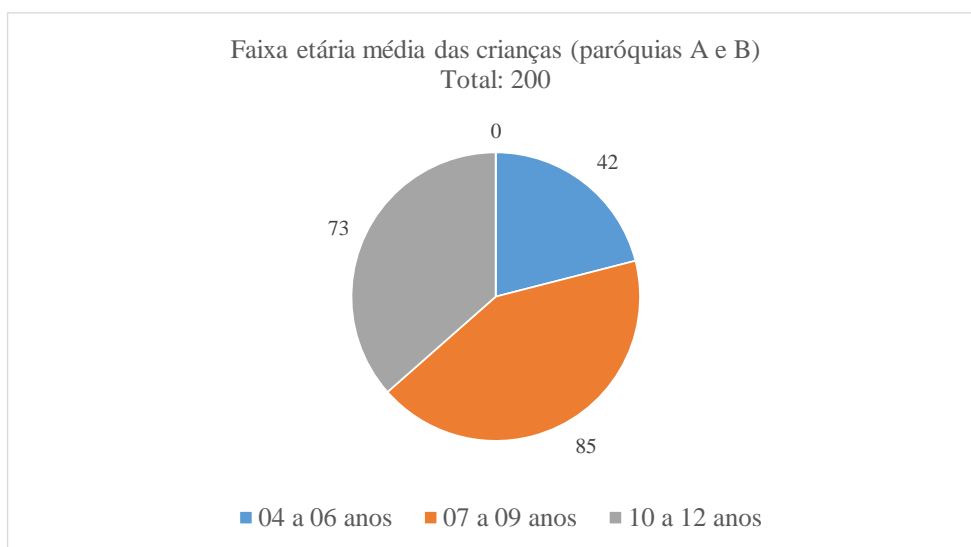
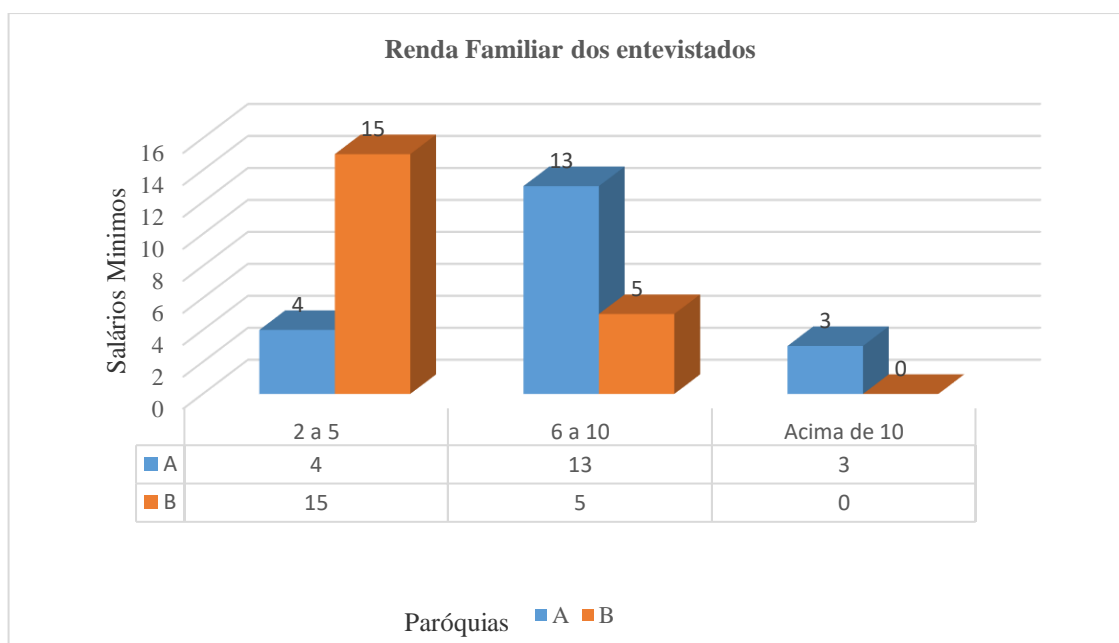


Gráfico 2



Pergunta N° 02 – Qual é a renda familiar?

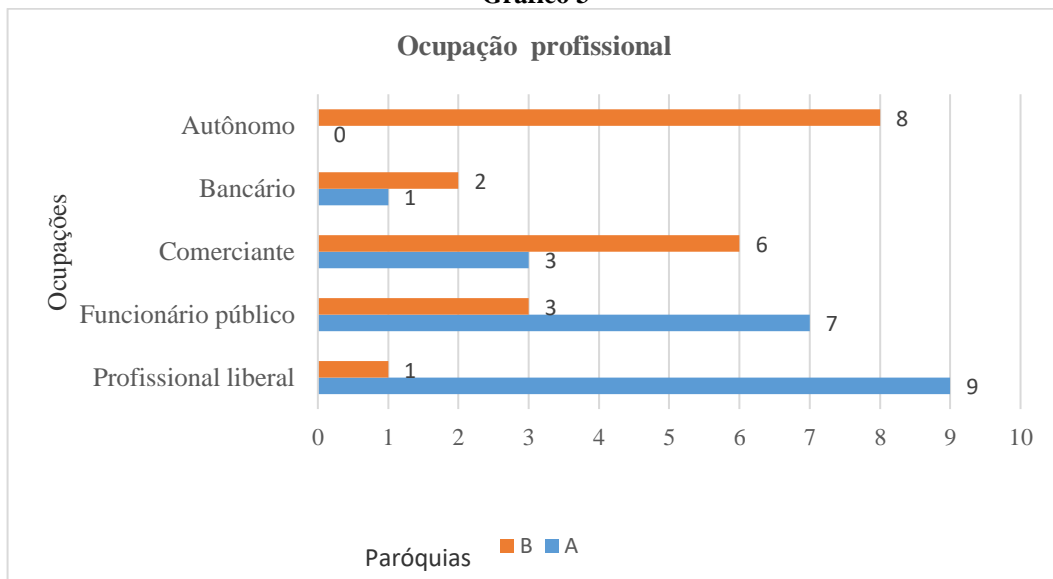
Os resultados da pesquisa apresentados neste gráfico demonstram o nível econômico-financeiro dos frequentadores das duas paróquias.

A faixa salarial de 02 a 05 salários mínimos predomina na Paróquia B, enquanto a faixa de 6 a 10 é a maior dentre os católicos da Paróquia A. Estes números refletem o perfil dos bairros onde estão situadas as paróquias pesquisadas, isto é, bairro onde residem as classes média-média e média-alta (Bairro Tambaú) e bairro da periferia de João Pessoa-PB (Bairro Mandacaru)

Ressalte-se, é claro, que por tratar-se de uma capital nordestina de porte médio, a renda da população, mesmo das classes A-B, não é das mais altas. Além disso, é importante salientar

que a pesquisa foi realizada logo no início da pandemia do ‘Corona vírus’, antes da quarentena imposta pelos órgãos de saúde pública. Certamente o fechamento de diversas atividades comerciais, industriais, prestação de serviços e o desemprego em massa, devem ter impactado essas famílias provocando uma queda na renda familiar.

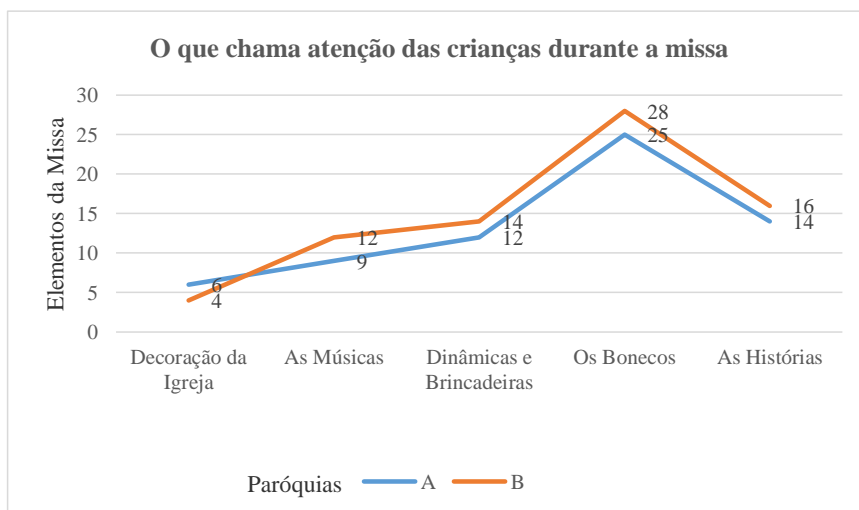
Gráfico 3



Pergunta N° 03 – Qual é a ocupação profissional?

O perfil econômico-financeiro visto no gráfico 02 é comprovado pela análise do tipo de ocupação profissional dos frequentadores de cada uma das duas paróquias pesquisadas. Enquanto na Paróquia A o número de profissionais liberais lidera a pesquisa, seguido da categoria de funcionários públicos, na Paróquia B predominam os trabalhadores autônomos e, em seguida, os pequenos comerciantes de bairro.

Gráfico 4



Pergunta N° 05 – Quais são os elementos que chamam mais a atenção das crianças?

Se os gráficos anteriores apontavam diferenças substanciais entre as duas paróquias, especialmente em termos sociais e econômicos, o gráfico 05 mostra um grau elevado de similaridades.

Quando foi perguntado aos pais das crianças o que mais chama a atenção dos seus filhos durante a “Missa com Crianças”, as respostas foram muito semelhantes em ambas as paróquias. Diga-se de passagem, que essas respostas foram espontâneas e cada entrevistado (a) poderia dar mais de uma resposta.

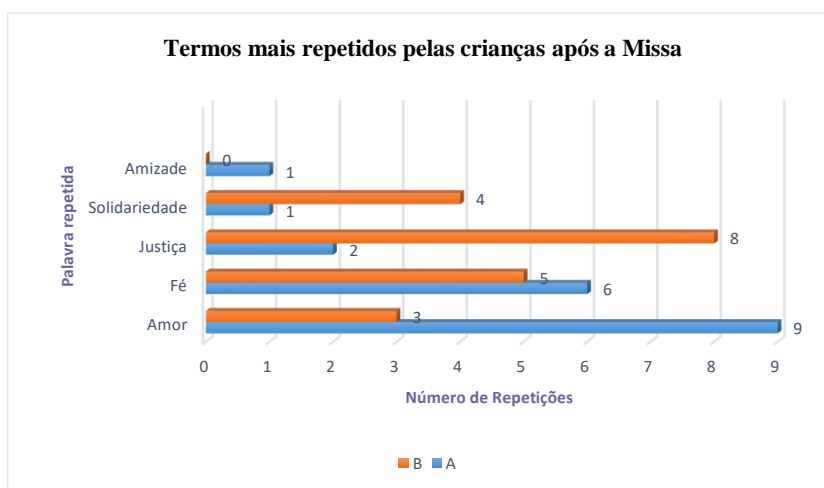
É interessante constatar que, de fato, os bonecos são o centro de todas as atenções, e isso independe do bairro onde moram as crianças e, conseqüentemente, da condição socioeconômica de suas famílias. O aspecto lúdico impressiona e cativa a mente infantil nesta era digital. A percepção infantil, ao que tudo indica, é a mesma. Conclui-se, então, que a participação dos bonecos é o elemento a partir do qual o evento chama a atenção das crianças, seja qual for a paróquia ou o contexto econômico-social em que se realiza.

Em segundo lugar vem as histórias contadas por esses bonecos. Cada paróquia tem seus bonecos e suas próprias histórias, mas os resultados da pesquisa mostram que a repercussão entre as crianças acontece relativamente nas mesmas proporções de interesse tanto na Paróquia A como na Paróquia B. As histórias atraem a atenção das crianças, independentemente do seu conteúdo e lugar socioeconômico.

Logo após as histórias (falas dos bonecos-personagens), vem o item “dinâmicas e brincadeiras” (12 na Paróquia A e 14 na Paróquia B), o que nos leva a confirmar também a importância da presença de outros aspectos lúdicos no decorrer da “Missa com crianças”.

Os elementos mostrados pelo gráfico podem servir de argumento para sustentar a primeira parte da nossa hipótese, ou seja, que os componentes lúdicos, especialmente os bonecos-personagens, presentes na “Missa com crianças”, garantem a atenção do público infantil de ambas as paróquias. As disparidades em relação a “renda familiar” de cada paróquia, demonstradas pelo Gráfico 02, não se repetem no Gráfico 05. Portanto, não podemos dizer que as crianças da Paróquia A sejam diferentes das crianças da Paróquia B. Todas elas estão inseridas na mesma cultura digital e fundamentalmente têm idênticas percepções, embora pertençam a classes sociais distintas. Assim, constata-se que a ludicidade é o traço que chama a atenção do público infantil de qualquer estrato social.

Gráfico 5



Pergunta N° 07– Quais são as palavras que as crianças mais repetem depois?

Os números apontados pelo gráfico 07 indicam o tipo de narrativa presente em cada uma das paróquias pesquisadas. A pergunta dirigida às pessoas entrevistadas tinha como objetivo identificar quais eram os termos mais usados nas falas dos bonecos-personagens durante a celebração da missa e que as crianças repetiam com uma certa frequência depois do evento. Entendemos que a repetição dessas palavras seria um forte indicativo do grau de impacto que elas tiveram na mente das crianças, contribuindo de algum modo na sua formação cidadã.

Em sua metodologia de “análise de conteúdo”, Bardin (1977) fala em “unidade de registro” e cita como exemplos a “palavra” e o “tema”. A nossa opção foi pela análise temática, que segundo a autora: “consiste em descobrir os ‘núcleos de sentido’ que compõem a comunicação e cuja presença, ou frequência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido” (BARDIN, 1977, p. 105) Consideramos, então, as palavras-chave ou as palavras-tema (1977) presentes no gráfico 07 que remetem mais diretamente à questão da cidadania, ou seja, justiça e solidariedade.

Assim, na Paróquia A, as palavras mais presentes na fala dos bonecos-personagens, e por isso mesmo com maior grau de repercussão nas crianças, foram amor (9) e fé (6), enquanto que justiça (2) e solidariedade (1) têm baixa adesão. Por outro lado, na Paróquia B os valores quase que se invertem: justiça 8, amor 3.

O quadro demonstra claramente que, embora a presença dos bonecos tenha quase o mesmo grau de importância para as crianças de ambas as paróquias, os discursos latentes nas falas não são os mesmos. Na Paróquia A (classes médias) aparece um discurso com alguns tons conservadores, ou seja, que privilegia noções bastante genéricas como “amor”, enquanto que na periferia (Paróquia B) os bonecos falam de coisas mais concretas e urgentes, e que dizem respeito ao contexto social e econômico do bairro, como “Justiça”, por exemplo. Esse “amor genérico”, às vezes sem consequências éticas, de acordo com o nosso entendimento, é muito próprio das camadas abastadas da sociedade. No entanto, para as classes empobrecidas falar de justiça significa expressar a urgência em obtê-la.

Desocultando (BARDIN, 1977), portanto, o sentido desses termos, percebemos que em ambas as paróquias, de qualquer maneira, as falas dos bonecos-personagens guardam uma coerência com a realidade de cada bairro (e para não dizer, de cada classe social, consequentemente). Os dados obtidos nos levam a crer que, de fato, o contexto socioeconômico pode favorecer a presença ou não de uma certa preocupação com a questão da cidadania. Na paróquia de classe A-B essa preocupação parece não ser algo importante, enquanto na paróquia de um bairro periférico ela aparece com bastante ênfase. Quem já tem acesso a saúde, educação, moradia e outros direitos cidadãos não precisa buscar por isso. Entretanto, quem vive na periferia sonha, e às vezes também luta para obter esses direitos. Parece factível, então, a hipótese por nós levantada no presente relatório.

2. A prototipação do produto

Uma vez trabalhados esses dados, iniciamos o processo de criação dos personagens que mais tarde seriam prototipados em forma de bonecos. Segundo Cândida Vilares Gancho, “a personagem ou o personagem é um ser fictício que é responsável pelo desempenho do enredo; em outras palavras, é quem faz a ação” (GANCHO 2001, p.14) Na verdade, quando manipulados, são os bonecos que ganham vida própria, de acordo com os diversos papéis que desempenham na cena e a partir de um determinado enredo. No teatro de bonecos, assim como no teatro convencional, existem atores principais ou protagonistas, e atores secundários ou

coadjuvantes (GANCHO 2001, p.14) Porém, no nosso caso, todos os bonecos são considerados protagonistas, uma vez que não existe nenhum tipo de hierarquia entre eles.

Atentos às realidades nas quais está inserido o nosso projeto, optamos por elaborar uma tipificação dos personagens tendo como base as três principais identidades raciais presentes na região nordeste do Brasil (branco/sertanejo, índio e negro) Trata-se na verdade, também, de buscar alguma identificação com o nosso público-alvo que é bastante variado.

Justifica-se ainda mais esta escolha a partir da percepção que tivemos de que é preciso mostrar às crianças a realidade multirracial e multicultural em que vivemos e a necessidade de respeitar isso. Tendo em vista o preconceito ainda presente em nossa sociedade, é claro que os discursos desses personagens haverão de colocar, ainda que de forma indireta, valores como respeito, diálogo, tolerância e outros correlatos.

Em relação à escolha da classe social, não pretendemos de maneira nenhuma criar personagens, digamos, “neutros” ou desenraizados socialmente. Ao contrário, optamos por identificá-los explicitamente, colocando-os na mesma situação socioeconômica da “Paróquia B”, ou seja, como representantes de comunidades da periferia. Entendemos que se quiséssemos ser fieis à nossa proposta, seria preciso falar para as crianças desde o lugar social da classe trabalhadora, visto que a falta de acesso aos direitos básicos da cidadania acontece de forma mais aguda exatamente aí. Isto também ficará muito claro nos futuros roteiros dos personagens.

Levando-se em conta que o público-alvo do nosso trabalho são as crianças, e crianças que vivem na era digital (BUCKINGHAM, 2007) vale ressaltar que os elementos visuais, ou seja, a caracterização dos personagens, deverá ser considerada. Neste ponto observamos as lições de Ana Raquel Martins Roque (2011) no seu artigo “Estudo fisionômico na caracterização de personagens”:

Tanto na realidade como na ficção, os meios usados pelo criador para demonstrar as suas ideias, sejam elas através de pessoas ou desenhos, podem sofrer uma caracterização física que ajudará na melhor compreensão e aproximação do que é visível com a personalidade interior. Desta forma, entende-se facilmente que a comunicação visual feita ao público é de uma importância extrema pois o contato visual é muito poderoso e deixa rapidamente as suas marcas na memória. A aproximação de uma ideia escrita num roteiro até à sua concretização pode levar a esta transformação física, necessária ou não, mas que certamente fará uma ligação mais perceptível com o espectador. (ROQUE, 2011, p.7)

Assim, os nossos personagens receberam os seguintes nomes: “Zezinho”, “Mariazinha” e “Biel”. São três crianças na faixa etária entre 04 a 06 anos. Optamos por esta faixa porque, segundo os especialistas, é justamente nessa idade que as crianças em geral começam a fazer perguntas, questionando as pessoas mais próximas e o mundo ao seu redor. De acordo com Daniel Siegel e Tina Bryson (2015):

“Em termos de desenvolvimento, crianças muito pequenas têm o hemisfério cerebral direito predominante e por isso elas ainda não dominaram a capacidade de usar a lógica e palavras para expressar sentimentos e vivem sua vida completamente no momento [...] Lógica, responsabilidades e horário não existem para elas ainda” (SIEGEL e BRYSON 2015, p.40)

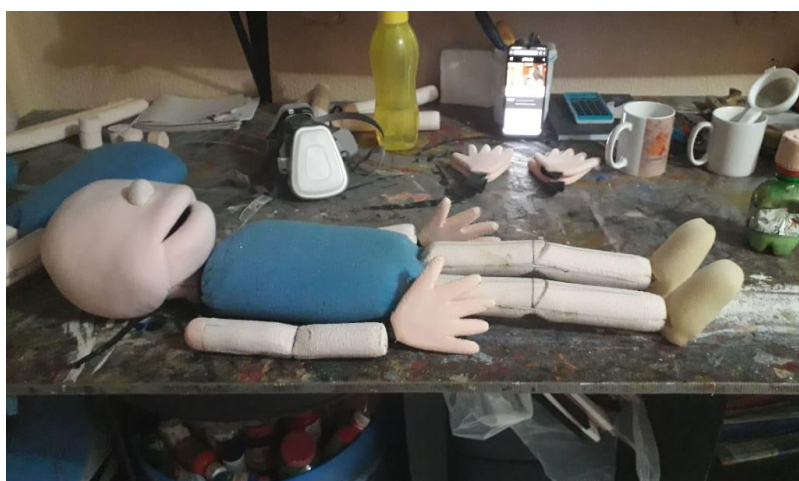
A partir dos 3 ou 4 anos, quando a criança começa a perguntar e a querer saber o “por quê” de tudo o tempo todo, é sinal de que o cérebro esquerdo começou a funcionar. Isso se

justifica, “porque nosso lado esquerdo do cérebro gosta de compreender os relacionamentos causa-efeito lineares do mundo – e de expressar essa lógica com linguagem” (2015)

Uma vez definidos os nomes dos personagens, passamos à fase de prototipação dos bonecos, cada um com o seu perfil como veremos agora:



Os três bonecos-personagens em fase de prototipação



Materiais utilizados: fibra de vidro, EVA, poliestireno, espuma de alta densidade, arame, cola, plásticos e tecidos diversos.

O primeiro personagem construído recebeu o nome de “Zezinho”. Trata-se de um garoto inteligente e muito irrequieto, pertencente a uma família trabalhadora comum, residente na periferia de uma cidade grande. A sua idade presumida seria entre 04 a 06 anos, justamente, como já foi dito, a “idade das perguntas”. Será ele, portanto, quem suscitará os maiores questionamentos em todas as falas.



Zezinho (prototipagem final)

Contrapondo-se a este personagem, temos a “Mariazinha”, da mesma idade, muito inteligente, porém muito sensata também. Com bastante calma e elegância ela sempre vai procurar responder aos questionamentos ressaltando valores como verdade, solidariedade, justiça, generosidade, colaboração. De fato, a personagem servirá como uma espécie de porta-voz desses valores na discussão dos diversos temas a serem propostos.



Mariazinha (prototipagem final)

“Biel”, o anjo negro, será o que na linguagem teatral é chamado de “coringa”, isto é, o personagem que poderá interpretar vários papéis e/ou fazer a ponte (link) entre diversas situações mantendo um equilíbrio saudável entre Zezinho e Mariazinha. Um tipo meio palhaço, moleque de rua, destrambelhado, mas inteligente e extremamente sagaz. Dinamizar todas as cenas, trazendo grandes verdades embaladas em altas doses de humor para diversão do público será também a sua função. Além disso, eventualmente “Biel” poderá levantar, ainda que de forma indireta e/ou subliminar, questões ligadas ao preconceito racial. Ressalte-se que, de um

modo geral, nas representações de qualquer tipo de anjo ele possui a pele clara, e isto, por si só, já constitui algo que deverá chamar a atenção do público infantil.



Biel (prototipagem final)

A nossa intenção ao definirmos o perfil de cada personagem é que haja, sempre que possível, uma complementariedade dinâmica entre eles. Não há, como já foi dito, qualquer tipo de hierarquia a ser obedecida pelos bonecos-personagens, ou seja, todos são protagonistas. Acreditamos que assim os diálogos poderão fluir com mais facilidade e as falas serão mais ricas e provocativas em termos de conteúdo também.

Cabe acrescentar ainda que o vestuário e/ou figurino de cada boneco poderá variar de acordo com o tema a ser explorado pelos personagens em cada evento específico. Isto deve acontecer, entretanto, sem que possa de algum modo descaracterizar os mesmos personagens.

3. Validação do produto

A validação do produto foi suspensa temporariamente em virtude da pandemia do Corona vírus⁶. Uma vez cessado este impedimento, pretendemos, então, realizar o evento nas duas paróquias (A e B) com a participação presencial das crianças. Haverá, portanto, uma espécie de “celebração-teste” onde serão apresentados os personagens às crianças na companhia de seus pais. O passo seguinte deve ser o laboratório, no qual faremos uma avaliação crítica dos protótipos de personagens. Este laboratório está previsto para ser realizado nas duas paróquias onde fizemos a pesquisa inicial (“Paróquia A” e “Paróquia B”) Um pequeno grupo de pais vai ser convidado a participar de uma conversa informal com o objetivo de discutir e avaliar o comportamento dos seus filhos durante a experiência com os personagens. Colheremos aí também sugestões que possam corrigir e/ou aperfeiçoar o nosso produto.

Uma semana após a primeira apresentação, faremos uma segunda apresentação, dessa vez considerando possíveis alterações e/ou até mesmo correções nos protótipos dos mesmos personagens de acordo com as observações feitas pelo grupo anteriormente. Uma nova avaliação, nos moldes da primeira, deve ser realizada pelo mesmo grupo de pais.

⁶ A justificativa foi devidamente argumentada na introdução deste relatório.

Em ambos os momentos do laboratório, o grupo terá como objetivo principal avaliar alguns elementos, sobretudo:

- a) a receptividade dos três personagens por parte do público infantil de um modo geral;
- b) o grau de atenção/interesse das crianças;
- c) a percepção dos elementos textuais e visuais;
- d) a perspectiva de alguma incidência do evento no cotidiano das crianças.

Uma vez de posse desses indicadores, pretendemos chegar a um modelo mais ou menos ideal, isto é, bonecos-personagens com as suas respectivas falas.

A partir daí, vamos trabalhar para que os bonecos se façam presentes em várias plataformas de comunicação a fim de alcançarmos um maior número de crianças e com mais efetividade também. Desse modo, ampliando o raio de ação, esses novos produtos poderiam auxiliar de alguma maneira a consecução dos nossos objetivos, além de propiciarem também uma rentabilidade capaz de financiar o projeto e ampliá-lo. Nesta linha vale ressaltar que o projeto ora relatado, por fazer parte da indústria criativa, não termina por aqui, mas deve buscar rentabilizar-se:

- 1) Em médio prazo (seis meses, talvez) agregando novos produtos, como por exemplo, jogos digitais e filmes curtos patrocinados no seu próprio canal no Youtube;
- 2) Em longo prazo (entre um a dois anos) instalando uma lojinha física e também vendas on-line de uma variada gama de produtos infantis com a marca dos bonecos-personagens.

Considerações finais

Convém salientar ainda que por ser um projeto multimídia, os seus objetivos não se esgotam com a prototipação já realizada, mas deve procurar criar e lançar ações e produtos acessíveis nas plataformas digitais. No momento em que os nossos bonecos-personagens puderem ser vistos não apenas nas igrejas, mas também nessas plataformas, aí sim o projeto terá alcançado êxito realmente.

Acreditamos, portanto, que será preciso prosseguir aperfeiçoando os bonecos-personagens através da realização de outros laboratórios com grupos de pais de crianças que participam do evento fazendo uso da mesma metodologia. Além do aperfeiçoamento, desses futuros laboratórios deveriam também surgir novas ideias para criação de outros personagens e produtos, bem como sugestões de novos planos visando a sustentação financeira do projeto.

Referências

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977

BEARD, Ruth M.; trad. Aydano Arruda. **Como a criança pensa**: a psicologia de Piaget e suas aplicações educacionais. São Paulo: Ibrasa, 1976.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Loyola, 2000

HUIZINGA, Johan, **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura; trad. João Paulo Monteiro. São Paulo, Perspectiva, 1998.

HENNIG, Andressa e FOSSÁ, Maria. **Análise de conteúdo**: exemplo de aplicação prática da técnica para análise de dados qualitativos. (Disponível em: <http://www.revista.uepb.edu.br/> Acesso em: 02 de jun. 2020)

J. SIEGEL, Daniel e P. BRYSON, Tina; Trad. Cássia Zanon. **O cérebro da criança**. São Paulo: nVersos, 2015

MARSHALL, T. H. **Cidadania, Classe Social e Status**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967.

JENKINS, H.; Trad. Susana Alexandria -2ª. ed.-. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009

W BAUER, Martin, GASKELL, George (org.) Trad. Pedrinho Guareschi. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2017

POPPER, Karl. Trad. Leonidas Hegenberg e Ocatanny Silveira. **A lógica da pesquisa científica**. São Paulo: Cultrix, 2002

GANCHO, Candido Vilares. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 2002.

Qualit@s Revista Eletrônica ISSN 1677 4280 Vol.17. No 1 (2015) **Análise de conteúdo: exemplo de aplicação prática de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos**. HENNIG, Andressa, FOSSÁ, Maria Ivete (www.revista.uepb.edu.br. Acesso em 02 de junho 2020)

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (organizadores) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.