

RECURSOS PEDAGÓGICOS: O TEMA DO ESTEREÓTIPO NA SALA DE AULA

Priscila Hamaue

1. INTRODUÇÃO

Uma das principais constatações da psicologia social é a de que, ao interagirmos com alguém, levamos em conta não só o que estamos vendo e ouvindo, como também o conhecimento que dispomos sobre o nosso grupo social e o grupo ao qual pertence a pessoa com quem interagimos (PEREIRA, 2002). Desse modo, discutir estereótipo em sala de aula é importante, haja vista que vivemos em uma sociedade totalmente rotulada, em vários aspectos, e é interessante levar aos alunos a consciência de que a estereotipia não traduz a verdade, na maioria das vezes.

O presente trabalho tem como objetivo propor três formas de se trabalhar em sala de aula com o tema do estereótipo. Sugere-se que a discussão do tema seja feita por meio da literatura, da música e da propaganda, com o objetivo de levar o aluno a conhecer diferentes estereótipos do brasileiro.

2. O ESTEREÓTIPO DO BRASILEIRO NA LITERATURA

Para tratar do estereótipo do brasileiro na literatura, dois personagens serão escolhidos: Jeca Tatu (*Urupês*, Monteiro Lobato) e Macunaíma (*Macunaíma*, Mário de Andrade).

Cada autor, dentro do propósito da escola literária a que pertencia, estereotipou o brasileiro segundo suas visões sobre o Brasil da época em que escreveram seus livros. Logo, criaram seus personagens à imagem e semelhança de um Brasil que, para cada um deles, precisava de mudanças.

2.1 O BRASILEIRO “JECA”

Monteiro Lobato, em *Urupês*, desanica uma crítica das mais ferozes que já se fez sobre qualquer tipo nacional. O alvo de seu ataque é o caboclo. Derrubando uma tradição cara, inaugurada por José de Alencar, que apontava como a mestiçagem do índio com o branco como geradora de uma nação forte, Lobato crê no contrário. Sua teoria institui a tese do caboclisto, ou seja, a mistura de raças gera um tipo fraco, indolente, preguiçoso, passivo. Sua religião manifesta-se por meio das mais primitivas formas de superstição e magia. Sua medicina é mais rala ainda. Sua política é inexistente, já que vota sem consciência, conduzido

pelo maioral das terras em que mora. Seu mobiliário é o mais escasso possível, havendo, no máximo, apenas um banquinho (de três pernas, o que poupa o trabalho de nivelamento) para as visitas. Não tem sequer senso estético, coisa que até o homem das cavernas possuía. E quanto à produção, dedica-se apenas a colher o que a natureza oferece. É, portanto, o protótipo de tudo quanto há de atrasado no país.

Jeca Tatu é um piraquara do Paraíba, maravilhoso epítome de carne onde se resumem todas as características da espécie. [...]

Para comer, negociar uma barganha, ingerir um café, tostar um cabo e foice, fazê-lo noutra posição será desastre infalível. Há de ser de cócoras. [...]

Pobre Jeca Tatu! Como és bonito no romance e feio na realidade!

Jeca mercador, Jeca lavrador, Jeca filósofo ... [...]

Seu grande cuidado é espremer todas as conseqüências da lei do menor esforço – e nisto vai longe. [...]

[..]

Nenhum talher. Não é a munheca um talher completo – colher, garfo e faca a um tempo?

No mais, umas cuias, gamelinhas, um pote esbeçado, a pichorra e a panela de feijão.

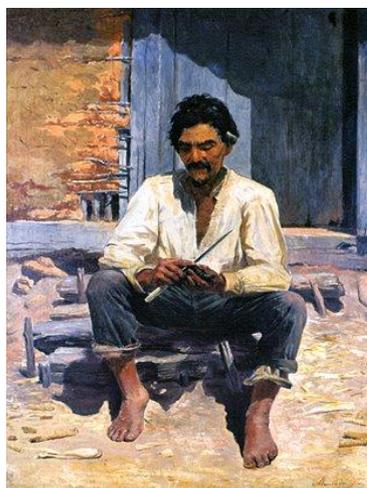
Nada de armários ou baús. A roupa, guarda-a no corpo. Só tem dois pares; um que traz no uso e outro na lavagem. [...]

Seus remotos avós não gozaram maiores comodidades. Seus netos não meterão quarta perna ao banco. Para quê/ Vive-se bem sem isso. [...]

- “Não paga a pena.”

Todo o inconsciente filosofar do caboclo grulha nessa palavra atravessada de fatalismo e modorra. Nada paga a pena. Nem culturas, nem comodidades. De qualquer jeito se vive. (LOBATO, 1978, p.147-150)

Atrelado à exposição desse trecho que mostra o caboclo descrito como preguiçoso, retrato do atraso do país na época de Lobato, mostra-se também o quadro *Caipira picando fumo* (1893), de Almeida Jr., para ilustrar a figura que sempre nos remete a quem vive no interior, no campo, chamado de Jeca por ser caipira, atrasado: a de um homem sempre sentado, picando fumo, descalço – estereótipo do caipira brasileiro.



Além disso, há de se considerar para os alunos que o apelido “Jeca”, que todos atribuem a quem é “brega”, advém dessa figura ilustre da nossa literatura.

2.2 O BRASILEIRO MALANDRO E PREGUIÇOSO

Macunaíma é uma obra nacionalista, porém não é ufanista nem utópica, e sim crítica. Ocorre nela a valorização da cultura e das tradições do Brasil. . Através das características de Macunaíma, sem “caráter” (identidade cultural), mentiroso, preguiçoso, esperto e ingênuo ao mesmo tempo, Mário de Andrade mostra as características do povo brasileiro que, a seu ver, deveria mudar sua postura para que pudesse adquirir uma identidade cultural.

No fundo do mato virgem nasceu Macunaíma, herói da nossa gente. Era preto retinto e filho do medo da noite. Houve um momento em que silêncio foi tão grande escutando o murmurejo do Uraricoera, que a índia tapanhumas pariu uma criança feia. Essa criança é que chamaram de Macunaíma.

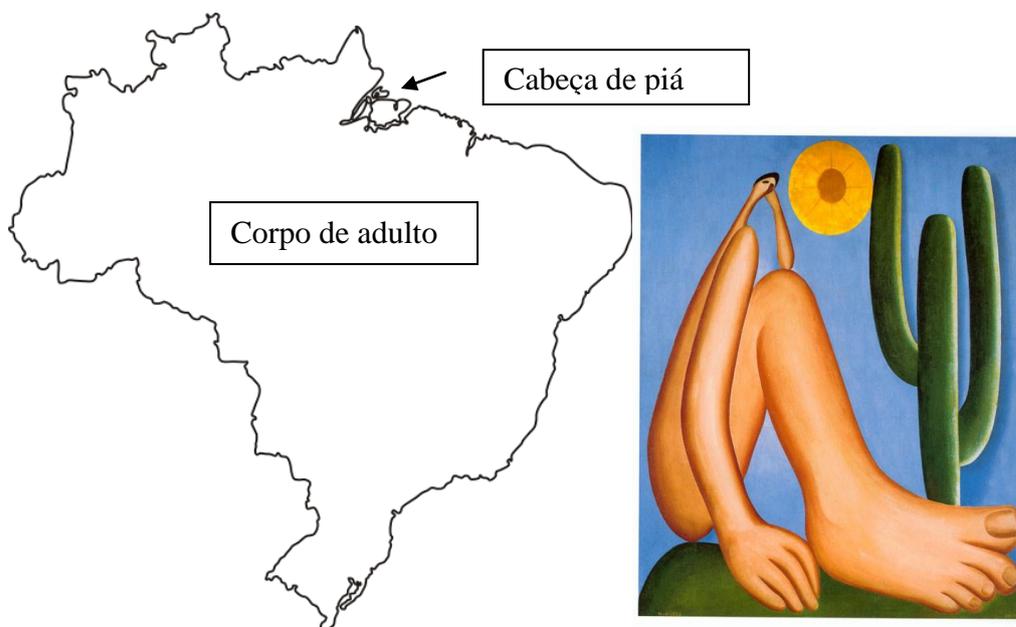
Já na meninice fez coisas de sarapantar. De primeiro passou mais de seis anos não falando. Si o incitavam a falar exclamava: -Ai que preguiça!... (ANDRADE,2004, p. 01)

O estereótipo do brasileiro preguiçoso e malandro que Macunaíma nos legou ainda se reflete em comentários que tacham o povo como acomodado com a situação ruim em que o país se encontra atualmente, por exemplo. Esse rótulo, por meio da literatura, foi e ainda é passado de geração para geração, fazendo com que a imagem do brasileiro torne-se cada vez mais deturpada.

Então pegou na gamela cheia de caldo envenenado de aipim e jogou a lavagem no piá. Macunaíma fastou sarapantado mas só conseguiu livrar a cabeça, todo o resto do corpo se molhou. (...) Porém a cabeça não molhada ficou pra sempre rombuda e com carinha enjoativa de piá. (ANDRADE,2004, p.45)

Esse outro trecho ilustra bem a utilização da alegoria mítica entre o herói e o país. Macunaíma cresce de corpo, enquanto a cabeça fica pequena, como de uma criança. Assim como o Brasil: um gigantesco território, mas que mantém, graças à curta história e a características peculiares, uma mentalidade imatura, infantil – o que contribui para estereotipar o Brasil, e consequentemente o brasileiro, como aquele que possui capacidade intelectual diminuta.

Como mais um recurso para ilustrar tal passagem, pode-se utilizar o mapa do país e também o quadro “Abaporu”, de Tarsila do Amaral, para levar os alunos a refletirem acerca do estereótipo mencionado:



3. O ESTEREÓTIPO DO BRASILEIRO NA MÚSICA

O típico malandro brasileiro surgiu na primeira metade do século XX. Foi imortalizado pelas letras de samba como as de Bezerra da Silva. Geralmente é carioca e habita os guetos; veste roupa despojada, usa camisa regata listrada e leva sempre uma navalha no bolso. É boêmio e vive de pequenos golpes. Não acredita no trabalho como um modo de vida; extremamente galante, cavalheiro e amante invejável.

Não existe uma “teoria da malandragem” que sustente esse comportamento típico. Mas esse estereótipo de brasileiro malandro eternizou-se nas letras da música popular brasileira e pode ser mostrado aos alunos por meio da audição das músicas e da análise das letras – proporciona-lhes um contato maior com a MPB e ainda torna o conteúdo mais inteligível.

O samba “Lenço no Pescoço”, escrito por Wilson Batista e gravado por Sílvio Caldas em 1933, tornou-se um “hino” da “mandragem brasileira”:

*Meu chapéu do lado
Tamanco arrastando
Lenço no pescoço
Navalha no bolso*

*Eu passo gingando
Provoco e desafio
Eu tenho orgulho
Em ser tão vadio.*

*Sei que eles falam
Deste meu proceder
Eu vejo quem trabalha
Andar no miserê
Eu sou vadio
Porque tive inclinação
Eu me lembro, era criança
Tirava samba-canção.*

A bem-humorada “Homenagem ao Malandro”, de Chico Buarque, também descreve o malandro contrabandista, bonachão, *bon vivant* e com certeza criminoso, já que a malandragem brasileira foi perdendo seu caráter folclórico e tornando-se sinônimo de desonestidade, associada – por muitas vezes – a nossos políticos, empresários do jogo do bicho e outros.

*Eu fui fazer um samba em homenagem
à nata da malandragem, que conheço de outros carnavais.
Eu fui à Lapa e perdi a viagem,
que aquela tal malandragem não existe mais.
Agora já não é normal, o que dá de malandro
regular profissional, malandro com o aparato de malandro oficial,
malandro candidato a malandro federal,
malandro com retrato na coluna social;
malandro com contrato, com gravata e capital, que nunca se dá mal.
Mas o malandro para valer, não espalha,
aposentou a navalha, tem mulher e filho e tralha e tal.
Dizem as más línguas que ele até trabalha,
Mora lá longe chacoalha, no trem da central*

4. O ESTEREÓTIPO DO BRASILEIRO NA PROPAGANDA

Não só de “malandragem” e “preguiça” vive o Brasil estereotipado. Já não faz muito tempo, o brasileiro vem sendo “pintado” como “aquele que não desiste nunca”. A ideia dos publicitários com esse slogan foi a de resgatar a confiança dos brasileiros em si mesmos e fazê-los acreditar que com persistência qualquer problema pode ser superado. Isso foi bom para os brasileiros, que conseguiram enxergar a característica boa – dentre tantas ruins que lhes são atribuídas – de nunca desistir de seus sonhos, apesar de todas as adversidades que acometem o país. Afinal, “o melhor do Brasil É O BRASILEIRO”.

Para ilustrar esse estereótipo, pode-se utilizar uma campanha do Banco do Brasil e da ABA (Associação Brasileira de Anunciantes)- veiculada nas principais mídias – que ilustra esse estereótipo de brasileiro perseverante:

O MELHOR DO BRASIL É O BRASILEIRO

BOM EXEMPLO
ESSA MODA PEGA

aba
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

HOME MOVIMENTO CAMPANHA IMPRENSA BRASILEIROS EMPRESAS FÓRUM

O MAIOR SONHO DE ROBERTO CARLOS ERA TER UMA FAMÍLIA.

Eu sou brasileiro e não desisto nunca.

DESENVOLVIDO POR TRIBU INTERACTIVE

FALE CONOSCO

O tempo todo com VOCÊ

100 BRASILEIROS

O MELHOR DO BRASIL É O BRASILEIRO

BOM EXEMPLO
ESSA MODA PEGA

aba
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

HOME MOVIMENTO CAMPANHA IMPRENSA BRASILEIROS EMPRESAS FÓRUM

- AOS 6 ANOS - ROBERTO CARLOS É ENCAMINHADO PARA A FEBEM.

Eu sou brasileiro e não desisto nunca.

DESENVOLVIDO POR TRIBU INTERACTIVE

FALE CONOSCO

O tempo todo com VOCÊ

100 BRASILEIROS

O MELHOR DO BRASIL É O BRASILEIRO

BOM EXEMPLO
ESSA MODA PEGA

aba
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

HOME MOVIMENTO CAMPANHA IMPRENSA BRASILEIROS EMPRESAS FÓRUM

- AOS 8 ANOS - ROBERTO CARLOS FOGE PELA 1ª VEZ DA FEBEM.

Eu sou brasileiro e não desisto nunca.

DESENVOLVIDO POR TRIBU INTERACTIVE

FALE CONOSCO

O tempo todo com VOCÊ

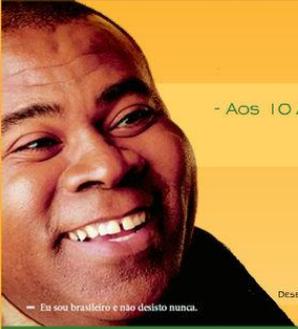
100 BRASILEIROS

O MELHOR DO BRASIL
É O BRASILEIRO

BOM EXEMPLO
ESSA MODA PEGA

aba
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

HOME MOVIMENTO CAMPANHA IMPRENSA BRASILEIROS EMPRESAS FÓRUM



- AOS 10 ANOS - DEPOIS DA SUA 48ª FUGA, ROBERTO CARLOS
É CONSIDERADO UM CASO IRRECUPERÁVEL.

— Eu sou brasileiro e não desisto nunca.

DESENVOLVIDO POR TRIBO INTERACTIVE

FALE CONOSCO

O tempo
todo com
você

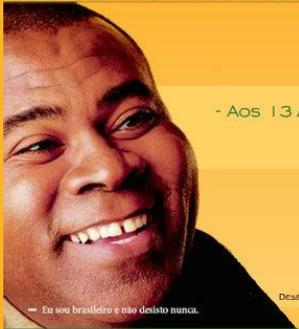
-100-
BRASILEIROS

O MELHOR DO BRASIL
É O BRASILEIRO

BOM EXEMPLO
ESSA MODA PEGA

aba
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

HOME MOVIMENTO CAMPANHA IMPRENSA BRASILEIROS EMPRESAS FÓRUM



- AOS 13 ANOS - AINDA ANALFABETO, ELE É ADOTADO
POR UMA PROFESSORA FRANCESA.

— Eu sou brasileiro e não desisto nunca.

DESENVOLVIDO POR TRIBO INTERACTIVE

FALE CONOSCO

O tempo
todo com
você

-100-
BRASILEIROS

O MELHOR DO BRASIL
É O BRASILEIRO

BOM EXEMPLO
ESSA MODA PEGA

aba
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

HOME MOVIMENTO CAMPANHA IMPRENSA BRASILEIROS EMPRESAS FÓRUM



- HOJE, AOS 39 ANOS, O PEDAGOGO, PALESTRANTE
É UM DOS 10 MAIORES CONTADORES DE HISTÓRIA DO MUNDO
TEM SUA FAMÍLIA: 12 FILHOS ADOTIVOS.

— Eu sou brasileiro e não desisto nunca.

DESENVOLVIDO POR TRIBO INTERACTIVE

FALE CONOSCO

O tempo
todo com
você

-100-
BRASILEIROS



O interessante é ressaltar, a partir da leitura dessa propaganda, o estereótipo de vida do brasileiro pobre, que vai para a Febem, que teria tudo para ser um derrotado, mas que, por um golpe do destino, tem uma boa oportunidade de vida e a aproveita em seu benefício por nunca ter desistido da vida, apesar dos percalços encontrados. Delineia-se, então, um outro perfil de brasileiro: não aquele que é preguiçoso ou malandro, mas o que trabalha, vai à luta e vence, claro, com um sorriso estampado no rosto (marca registrada do “povo mais feliz” do globo).

5. CONCLUSÃO

É fácil constatar que trabalhar o tema do estereótipo na sala de aula é muito fácil, haja vista que podemos dispor de vários recursos diferentes para fazer com que nosso aluno compreenda a temática com clareza.

O estereótipo escolhido neste trabalho foi o do brasileiro, mas podem-se usar os recursos mencionados para ilustrar qualquer outro. É importante, porém, salientar que o professor poderá ministrar sua aula de acordo com seu propósito e escolher, dentro do que for mais adequado para suas turmas, o recurso que melhor lhe convier (considerando faixa etária, maturidade, nível de abstração etc.).

Além disso, é sempre bom que se consiga concatenar os recursos a fim de que se passem diferentes visões sobre o mesmo tema. Desse modo, o aluno conseguirá obter, de forma mais ampla, a origem dos estereótipos e a análise crítica de todos eles, já que nunca traduzem a verdade absoluta.

O mais importante, enfim, é que o professor compreenda que utilizar-se sempre de um mesmo recurso para transmitir seus conhecimentos aos alunos não é ideal, já que a geração

atual – superestimulada pelos recursos de mídia – precisa ter , cada vez mais, seu interesse despertado de várias maneiras diferentes. O resultado é a satisfação do professor em ensinar e ser mais bem compreendido e a do aluno em entender, com prazer, o que lhe é transmitido.

6. BIBLIOGRAFIA

PEREIRA, M. E. *Psicologia social dos estereótipos*. São Paulo, SP: EPU, 2002

LOBATO, Monteiro . *Urupês*. 22ed.São Paulo: Brasiliense, 1978

ANDRADE, Mário de. *Macunaíma*. São Paulo: Villa Rica, 2004

Letras das músicas: www.letras.terra.com.br

Propaganda: <http://www.aba.com.br/omelhordobrasil/>