



Bullying. Nem todo mundo se diverte.¹

Gabriela de Miranda COUTINHO²
Christine Ditzel DELLE DONNE³
Patrícia Marcondes de BARROS⁴
Universidade Positivo, Curitiba, PR

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo abordar acerca de um dos piores problemas comportamentais da sociedade contemporânea, o *bullying*. Através de “brincadeiras” de mau gosto, intimidações e humilhações, principalmente por parte dos jovens, o *bullying* é caracterizado por comportamentos agressivos físicos e psicológicos, executados repetidamente. Para expor as consequências desse comportamento, foi criado um cartaz que ressalta a maneira de como essa violência exerce impacto sobre suas vítimas. A fundamentação da peça transporta a visão *durkheimiana* para a sociedade contemporânea, transpondo o *bullying* do universo particular para o cenário público. Pretende-se, através da publicidade, facilitar o entendimento do delito, especificamente no ambiente escolar, e diminuir as ocorrências da agressão, ressaltando que o *bullying* não é uma prática sem consequências e, muito menos, divertida.

PALAVRAS-CHAVE: *Bullying*. Escolas. Publicidade. Sociologia.

1. INTRODUÇÃO

O *bullying* é um problema universal que pode ocorrer em qualquer contexto em que haja interação, tais como escola, faculdade/universidade, família, local de trabalho e até mesmo entre vizinhos. No referido projeto, optamos pelo foco nos colégios, onde há certa tendência em ignorar ou não dar importância à ocorrência do *bullying* entre seus alunos.

Mesmo que muitos não tratem o *bullying* como um delito, a atitude fere princípios constitucionais – respeito à dignidade da pessoa humana – e contrasta com o Código Civil, que determina que todo ato ilícito que cause dano a outrem gera o dever de indenizar. O

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade cartaz.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: gabrielam@brainboxdesign.com.br

³ Estudante do 5º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda, email: christined@housecricket.com.br

⁴ Orientadora do trabalho. Professora Doutora do Curso de Publicidade e Propaganda, email: patriciamarcondes@yahoo.com.br



bullying também pode ser enquadrado no Código de Defesa do Consumidor, tendo em vista que as escolas prestam serviço aos clientes e são responsáveis por atos ofensivos que ocorram dentro do estabelecimento de ensino/trabalho.

Nas últimas três décadas, as crianças e os adolescentes foram o segmento populacional que mais cresceu entre os criminosos. A taxa de suicídio entre adolescentes é outro fator de preocupação, visto que este índice é hoje três vezes maior do que em 1960. Torna-se possível, então, perceber que o estudo e alerta sobre o *bullying* é de suma importância para compreender e dimensionar o crescimento no índice de violência.

Considerando que o assunto é, muitas vezes, abordado de forma superficial e que a prática de agressões é um aspecto social, é através da propaganda, da divulgação e propagação de um ideal, que buscamos conduzir a sociedade a novos hábitos e costumes relacionados ao *bullying*.

2 OBJETIVO

Propagar a ocorrência do *bullying* na sociedade, ressaltando que a agressão não é isenta de consequências. Concomitantemente, realizar um estudo sobre a causa, de modo que seja possível contextualizá-la como um ato social, dando base e fundamentação aos cartazes feitos para a conscientização da sociedade.

3 JUSTIFICATIVA

3.1 O descaso em relação ao *bullying*

O grande número de práticas de *bullying* pode ser atribuído, em partes, ao conformismo com a situação. Em sua maioria, as ocorrências são omitidas pela opressão dada pelo agressor, ou ainda à crença de que a provocação intensa e sem causa é natural no desenvolvimento dos jovens. Do mesmo modo, ressalta-se que o *bullying* é, erroneamente, encarado como brincadeira de criança desprovida de consequências. Portanto, é visível que muitos desconhecem a gravidade do caso, não percebendo que as vítimas de *bullying* sofrem esse tipo de agressão sistematicamente.

Muitas vezes, o *bullying* é ignorado pela dificuldade em ser identificado como tal. O *bullying* diferencia-se das brigas “com causa” - para ser *bullying*, a agressão tem de ser intencional e, aparentemente, desprovida de um motivo. Deve-se considerar, ainda, se há

desequilíbrio de poder e se os sentimentos da vítima são de angústia, medo, terror e tristeza. Quando ocorre a indiferença por parte do ofendido, o *bullying* não é mais caracterizado.

A globalização, o consumismo e o aumento da desigualdade econômica são aspectos que, de fato, contribuem para intensificar a provocação. Do mesmo modo, colabora para a agressividade a pressão da própria sociedade e da mídia, que oferecem padrões restritos a atitudes e à aparência.

Assim sendo, torna-se importante alertar sobre a gravidade da situação, que tende a aumentar cada vez mais. Ao mesmo tempo, deve-se expor o *bullying* como um assunto delicado que não se trata de diversão ou desentendimentos eventuais.

3.2 O *bullying* como um aspecto social

O ato do *bullying* causa danos ao indivíduo à medida que a dominação pela força tem o potencial de alienar o agressor e a vítima de suas comunidades, passando então, a alimentar um ciclo contínuo de comportamentos nocivos para si e para os outros. Para todos aqueles afetados pela agressão há uma base teórica estabelecida em que a vergonha sentida pela vítima desempenha um papel importante na reparação dos vínculos sociais.

É preciso considerar, também, a importância e noção do conceito de status - a honra ou o prestígio conferidos à posição de alguém na sociedade. O status dos estudantes está associado aos seus papéis como líderes e participantes dentro de um grupo, a ponto em que se valorizam questões como orgulho e respeito.

Além disso, os *bullies* (ofensores), em geral, negam a ofensa - não assumem a responsabilidade e não se sentem rejeitados em relação aos outros. Estes indivíduos deslocam ou ignoram a vergonha, fazendo com que a própria vítima sinta-se culpada e responsável pela ofensa. Com isso, aquele que sofre o *bullying* fica preso a um ciclo de vergonha constante através do sentimento contínuo de desrespeito e desconexão com os outros. Assim sendo, estes indivíduos são caracterizados por uma vergonha negada e ignorada, uma vez que se auto-reprimem.

Deste modo, a um custo pessoal e social muito alto, a vítima abre mão de quem ela é como indivíduo. Com o tempo, este desequilíbrio transpõe-se a isolamento social, mais uma vez exterminando a visão de *bullying* como uma questão individual e particular.

3.3 O papel da propaganda nos fenômenos sociais

A propaganda é considerada um instrumento para mudar hábitos, criar imagem,



promover o consumo, vender produtos e informar o consumidor. Cabe ao publicitário a responsabilidade do seu conteúdo e, por consequência, contribuir para o exercício da cidadania do público. A propaganda tem o poder de seduzir os sentidos e provocar reação no receptor.

Segundo Wilson da Costa Bueno (2007), jornalista e pesquisador em comunicação responsável, a responsabilidade social é um exercício sistemático de ações, tática e estratégias. Além disso, envolve também a implementação de canais de relacionamento entre uma organização, seus públicos de interesse e a própria sociedade. Essa comunicação está apoiada na transmissão de valores éticos e sociais aos diversos públicos.

A publicidade é reflexo da cultura da sociedade. Na medida em que as pessoas começam a valorizar a consciência e a responsabilidade nos processos, a propaganda começa a salientar essas preocupações por parte das organizações. A postura socialmente responsável dos anunciantes converge em uma nova forma de comunicação.

Neste contexto, a responsabilidade social das propagandas direcionadas aos jovens e às crianças ganham relevância. Portanto, caberá aos profissionais destas áreas sugerir a seus clientes alternativas de marketing social, responsabilidade empresarial ou ambiental, abraçando causas que contribuam com a sociedade como um todo, ao mesmo tempo em que se cria valor de imagem.

A Prefeitura assina a peça com o intuito de lançar ao público curitibano – o jovem, em especial – a missão de extrair o *bullying* das escolas e demais ambientes da cidade.

Como agente do poder público, o governo tem a obrigação de manter a população e seus vários segmentos corretamente informados sobre como ele está administrando e os recursos públicos. Essa tarefa, apesar de constantemente feita de forma gratuita pelos meios de comunicação, muitas vezes pede o concurso da propaganda, para que as mensagens sejam mais democraticamente disseminadas entre a população. Por outro lado, campanhas publicitárias educativas, de motivação cívica, de informação sobre alterações de legislação e modo de vida, de consumo de bens e serviços públicos, para o correto cumprimento de leis e regulamentos, de conclamação à participação comunitária, ou com finalidades semelhantes, são constantemente realizadas pelos governos com características muito mais motivacionais do que informativas. (SAMPAIO, 1995, p. 97)

A Prefeitura Municipal de Curitiba pretende, dessa forma, engajar professores, pais e alunos para a luta contra a prática dos agressores. A intenção é de que as vítimas desabafem e procurem ajuda e os agressores dêem fim às perseguições e humilhações.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O embasamento do estudo e desenvolvimento do trabalho deu-se por teorias de sociólogos e filósofos clássicos, transportando seus conceitos a autores contemporâneos. A observação e análise aprofundada do cotidiano também contribuíram para conclusões, bem como a coleta de dados e os conteúdos abordados nas aulas de Sociologia Geral e da Comunicação.

Segundo Beanne (2010), o fato de as pessoas conhecerem, mas optarem por ignorar a existência do *bullying* é um dos motivos pelos quais este fenômeno continua constante na sociedade. Os casos tornam-se uma espécie de violência secreta, dada a desvalorização que sofrem ao serem considerados comportamentos normais e característicos no crescimento dos jovens. Outras vezes, este fenômeno perpetua-se pelo silêncio das testemunhas, uma vez que elas temem se tornar as “próximas vítimas” do agressor.

Emmanuel Peignard (1998), Elena Roussier-Fusco (1998) e Agnes Van Zanten (1998), especialistas em violências e discriminações nas escolas, afirmam ainda que o *bullying* representa uma modalidade particular de conduta desviante ou perturbadora de alguns estudantes. Isso afasta-os da visão de *bullying* como atitude de crime ou delito, por alegarem que o *bullying* opõe indivíduos particulares, não envolvendo a ordem pública.

Em contrapartida, não se pode desconsiderar que, principalmente no âmbito da educação, o público e o particular estão em constante interação, como já afirmava Émile Durkheim em seus princípios e visões sobre o ensino. Nessa concepção *durkheimiana* – também chamada de funcionalista –, as consciências individuais são formadas pela sociedade. Durkheim afirma que a construção do ser social, feita em boa parte pela educação, dá-se pela assimilação de uma série de normas e princípios – sejam morais, religiosos, éticos ou de comportamento – que baliza a conduta do indivíduo num grupo.

Thomas Scheff, professor e sociólogo, em continuidade aos estudos iniciados por Durkheim, desenvolveu uma análise de como o processo de alienação difere entre aqueles que abusam do poder e os que são dominados. Scheff (2006) usa termos como solidariedade e alienação para explicar seu modelo de integração social, confirmando a necessidade de compreensão do *bullying* como ato comunitário. Caracteriza a solidariedade como sendo resultado do equilíbrio entre o “Eu” (quem somos como indivíduos) e o “Nós” (quem somos como membros de grupos sociais). Em oposição, expõe a alienação como forma de isolamento (submersão da própria personalidade) - resultante da ênfase demasiada no “Eu” - ou ainda como *engulfment*, termo que designa a ênfase em “Nós” no conflito.

A partir destas teorias, seria inviável não incluir a escola e o que ocorre neste meio como um bem social, retomando o valor que as capacidades individuais têm na constituição de um desenvolvimento coletivo.

Observando-se o espaço escolar, quando não ocorre uma efetiva intervenção contra o *bullying*, o ambiente fica contaminado e os alunos são afetados negativamente, experimentando sentimentos de medo e ansiedade.

Muitas das crianças ou adolescentes que sofrem *bullying* tornam-se adultos com crises de identidade e baixa auto-estima, tendendo a adquirir sérios problemas de relacionamento, podendo, inclusive, contrair comportamento depressivo-agressivo. Em casos extremos, a vítima recorre ao suicídio.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1 Referências anteriores de combate ao *Bullying*

Altas Horas contra o Bullying



Cartaz Bullying Alta Horas – Figura 1

Durante o programa *Altas Horas*, exibido pela Rede Globo, no dia 17 de abril, o apresentador Serginho Groisman promoveu uma discussão com a plateia sobre o tema. Muitas pessoas relataram casos, mas o que mais chamou atenção foi o de Felipe, menino que revelou sofrer muito com o *bullying*. Comovidos com a agressão sofrida por Felipe, Marcius Melhem, Luciano e Maria Rita, que eram os convidados do programa, também falaram sobre o assunto. A partir daí, Serginho Groisman lançou uma campanha para combater a prática do *bullying* e conversou no *Altas Horas* com várias pessoas que foram vítimas desta violência. O apresentador também gravou um vídeo sobre o assunto, que foi exibido durante a programação da Globo (informações extraídas da página do programa na internet).

O cartaz da campanha *Altas Horas contra o bullying* foi criado por Serginho para

que os colégios espalhassem pelas salas de aulas e outros ambientes escolares.

Diga não ao Bullying – Revista Capricho



Capricho – Diga não ao Bullying – Figura 2

“O projeto CAPRICHÓ nas Escolas – Diga Não ao *Bullying* tem a intenção de levar o debate sobre o assunto até as escolas, dando espaço para depoimentos. O objetivo é escutar e discutir esse assunto tão sério junto com professores e colegas.” (informações extraídas do site da Capricho).

As campanhas do Altas Horas e da revista Capricho são as mais influentes e estão entre as poucas realizadas no Brasil. Direcionadas totalmente aos jovens, as peças pecam no conteúdo e na exposição da realidade. O protagonista, no caso do programa de TV por exemplo, é o próprio apresentador e não existe nenhum meio possível de identificação do público com a mensagem.

Há uma dificuldade do receptor em entender o que é o *bullying* além do desconhecimento das causas e consequências do problema. É nesse aspecto que está a falha na comunicação feita até então.

5.2 A ideia e o conceito do cartaz

A primeira coisa a ser feita para levar o combate ao *bullying* até a prática escolar é estudar e entender o assunto. Assim, é possível medir a dimensão das atitudes desse tipo naquele ambiente para, depois, intervir. É importante levar em conta que todos que estão cientes das ocorrências de violência física ou psicológica são envolvidos, considerando intimidadores, agredidos e, também, expectadores.

Tendo como referência o lugar comum de que tudo que “Entra por um ouvido, sai pelo outro”, chegou-se ao conceito criativo da peça. O cartaz busca evidenciar os problemas causados pelas agressões e provocações, enfatizando que se entram apelidos depreciativos



como “ bolota”, “bolo fofo”, “*gorda*” por um ouvido, a consequência vem pelo outro lado. Os xingamentos são recebidos pela vítima como incentivos ao suicídio e à depressão.

Para remeter à atitude bastante característica do *bullying*, de fazer uso da imagem do outro como meio de diversão, fez-se o slogan: “*Bullying*. Nem todo mundo se diverte.” A situação deixa de ser brincadeira a partir do momento em que esta se transforma em humilhação e traz consequências além das risadas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de o ambiente escolar ser um dos ambientes em que o *bullying* mais está presente e a intervenção na ocorrência tornar-se cada vez mais difícil, especialistas em educação afirmam que o *bullying* deixa de ser foco em debates e polêmicas, o que é preocupante pois este é um dos fenômenos mais sérios de indisciplina ou violência escolar.

Considera-se importante lembrar que é responsabilidade de todos promoverem um ambiente seguro e descontraído, no qual o *bullying* e outros tipos de comportamentos violentos sejam realmente declarados como inaceitáveis. Além de simplesmente não tolerar, é imprescindível que haja uma real compreensão do assunto e que acontecimentos intimidatórios sejam relatados, sem que o medo prevaleça. Os jovens devem ser informados acerca da importância de saber como lidar com estes incidentes de uma forma imediata e eficaz.

Os praticantes do *bullying* devem entender que a prática da agressão não se trata de uma brincadeira. A sociedade como um todo deve estar ciente de que erradas noções de superioridade e inferioridade não devem ser transformadas em provocações e que qualquer atitude deste tipo deve ser banida.

É importante que a intenção da comunicação de expor a gravidade do *bullying* não permaneça simplesmente como um alerta sobre o assunto – deve-se criar uma consciência e uma cultura contra o *bullying*.

REFERÊNCIAS

BEANE, Allan. Proteja seu Filho do Bullying. 1ª edição. Editora Best Seller. 2010.

BEAUDOIN, M. N.; **TAYLOR**, M. Bullying e desrespeito: como acabar com essa cultura na escola. Porto Alegre: Artmed, 2006.

BRASIL, CDC (1990). Código de Defesa do Consumidor. Brasília, Senado Federal, 1990.



BUENO, W. C. Comunicação Empresarial no Brasil: uma leitura crítica. 1. Ed. São Paulo: Mojoara Editorial Ltda., 2007.

DURKHEIM, Émile. As regras do método sociológico. [tradução: Paulo Neves; revisão da tradução Eduardo Brandão]. 2º. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

MORRISON, Brenda. Bullying Escolar e Justiça Restaurativa: Compreensão Teórica do Papel do Respeito, Orgulho e Vergonha. The Society for the Psychological Study of Social Issues. 2006.

PEIGNARD, Emanuel; ROUSSEAU-FUSCO, Elena; ZANTEN, Agnès Van. La violence dans établissements scolaires britanniques: approches sociologiques. *Revue Française de Pédagogie*. Avril. 1998.

SAMPAIO, Rafael. Propaganda de A a Z - Rio de Janeiro: Campus, ABP, 1995.

SCHEFF, Thomas. Goffman Unbound: A New Paradigm for Social Science. Boulder, Paradigm Publishers. 2006.

ADORNO, Sérgio; BORDINI, Eliana B. T.; LIMA, Renato S. **O adolescente e as mudanças na criminalidade urbana.** Disponível em:
http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88391999000400007&script=sci_arttext - Acesso em: 28 de março. 2011.

ALVES, Rubem. A forma escolar da tortura. Disponível em:
<http://www.rubemalves.com.br/aformaescolardatortura.htm> - Acesso em: 28 de março. 2011.

FERRARI, Marcio. Émile Durkheim - O criador da sociologia da educação. Disponível em:
<http://revistaescola.abril.com.br/historia/pratica-pedagogica/criador-sociologia-educacao-423124.shtml> - Acesso em: 28 de março. 2011.

HAMZE, Amelia. Bullying Escolar. ABRÁPIA. Disponível em:
<http://www.educador.brasilecola.com/trabalho-docente/bullying-escolar.htm> - Acesso em: 28 de março. 2011.

FONTES

CAPRICO - DIGA NÃO AO BULLYING – **Figura 2.** Disponível em :
http://3.bp.blogspot.com/_R0pcxAV2aRI/TOK1FZmskDI/AAAAAAAAAGI/fgAdgYIIjdA/s1600/topoBlog.jpg - Acesso em: 03 abril. 2011.

CARTAZ BULLYING ALTAS HORA – **Figura 1** - Disponível em:
http://3.bp.blogspot.com/_sPQ1ISQn9m4/TBwSsczrjuI/AAAAAAAAABA/jULXgz6_AEQ/s1600/cartaz_bullying_altas_horas.jpg - Acesso em: 03 abril. 2011.