

"Gargalhômetro"

mede riso infantil diante da televisão

Reportagem publicada no jornal
Folha de S. Paulo em 12/06/2011

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1206201112.htm>

Em entrevista, diretora de instituto alemão fala de pesquisa que detalha reações de crianças a programas

GABRIELA ROMEU
EDITORA-ASSISTENTE DA FOLHINHA

Riso é uma questão de gênero, coisa da idade e tem apelo cultural. É o que aponta uma espécie de "gargalhômetro" ("fun-0-meter") usado em pesquisas para descobrir onde está o riso infantil em programas de TV.

O "gargalhômetro" foi um dos métodos usados por Maya Götz, diretora do Instituto Central Internacional para a Juventude e a Televisão Educativa (IZI), em Munique, Alemanha, em mais de uma década de estudos sobre o senso de humor infantil e a programação na telinha.

Em entrevista à Folha, ela falou que produtores de conteúdo para a infância geralmente se apoiam num humor complexo, que não provoca o riso nas crianças. Leia trechos a seguir.

Folha - Como foram feitas as pesquisas?

Maya Götz - Fizemos mais de 15 estudos em mais de 40 países, com diferentes metodologias. Criamos, por exemplo, um "gargalhômetro" ("fun-0-meter"), uma caixa com um joystick manipulado por crianças enquanto assistem à TV, para indicar o que é mais ou menos engraçado. O próximo estudo deve se dar em 30 países, em 2012.

Crianças riem do quê?

Crianças no mundo todo riem mais ou menos das mesmas coisas. A diferença maior está entre o que faz crianças e adultos darem risada. A razão principal para algo ser engraçado é a incongruência. Mas há variações conforme a idade, o gênero e as experiências cotidianas.

Pode dar exemplos?

Crianças de Soweto, gueto da África do Sul, não acham graça em guerra de comida. Uma cena dessas em "Wallace e Gromit" [Nick Park], com purê de batata, foi engraçada para crianças da Alemanha e dos EUA. Mas não para as de Soweto. Elas disseram que poderia ser divertido se jogassem água ou até mesmo o purê na boca um do outro.

Como é o humor de crianças da América do Sul?

Crianças do Brasil, da Argentina e da Colômbia sentem e expressam emoções facilmente. Se estão em grupo, a risada funciona como uma onda. São bem ativas durante a recepção, enquanto assistem a um programa na TV.

O que faz de "Bob Esponja" um sucesso, entre crianças e adultos?

Muito do humor de "Bob Esponja" vem da própria estética. É engraçado quando seus olhos viram e reviram. Mas é também porque representa a criança, é otimista, está sempre burlando regras, persiste até conseguir, irritando adultos sem perceber.

Uma discussão, no Brasil, é sobre publicidade na programação infantil. Qual a sua opinião?

Na Alemanha, em nosso canal público para crianças, é proibido anunciar e temos regras no mercado de licenciamento. E há canais como Nickelodeon, com publicidade. Digo que, se há chance de evitar a propaganda na TV infantil, evite. O perigo é a criança achar que precisa de uma marca ou brinquedo para construir sua identidade.