

ATENÇÃO, GRAVANDO: DOS DISCURSOS DA MÍDIA À CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADES CULTURAIS¹

Rosemary Ramos Rodrigues²

Este artigo parte da reflexão advinda do projeto de extensão *“Modernização Tecnológica, Cotidiano e Identidades Culturais: um estudo de caso da ficção televisiva seriada e sua recepção mediada pelos estudantes da escola pública Presidente Médici”*, sob a coordenação do professor Dr. Cláudio Cardoso de Paiva, vinculado ao PROBEX (Programa de Bolsa de Extensão). Sendo assim, temos como objetivo analisar junto aos alunos do ensino médio da escola Polivalente Presidente Médici³ a recepção, a apropriação e rejeição de discursos de produtos midiáticos, como telenovelas e seriados, e seus possíveis desdobramentos educacionais, tentando compreender a televisão como uma instituição educativa e que produz novas identidades e subjetividades.

É difícil negarmos as mudanças no mundo global e a forma como a informação tornou-se fluída e de mais fácil acesso. Hoje vivemos numa profusão de informações distintas, onde os veículos de comunicação de massa são muitos: rádio, cinema, jornal, revistas, internet e televisão. Homens e mulheres são diariamente bombardeados por produtos da mídia, seja o da informação ou do entretenimento. Ao longo dos tempos foi se modificando a produção de sentidos, as linguagens e as formas de percepção do mundo, ou seja, o ato de subjetivar o mundo abrange outros tipos de texto: orais, visuais, musicais, audiovisuais e telemáticos.

A televisão se abriu como um leque de cores e fantasias, permitindo uma grande interatividade entre o telespectador e o emissor. Essa barreira, na atualidade, se tornou algo frágil e facilmente rompida. A chamada realidade é confundida com o ficcional. Mas na loucura da vida o que é fantasia ou realidade? Qual a linha que separa esses dois mundos? Ou será que há essa separação?

Diante de tantas possibilidades de obter informações e conhecer o mundo, a televisão atua como protagonista no cenário brasileiro. De acordo com os dados do último censo do IBGE 87,5% das casas têm aparelhos de TV enquanto eletrodomésticos básicos, como a geladeira, estão presentes em 82,5% dos domicílios. Os dados da Unesco mostram que o brasileiro passa, aproximadamente, 3,9 horas por dia em frente ao aparelho de TV, ou seja, cerca de 28 horas por semana. É importante destacar que as famílias com maior poder aquisitivo dispõe de outros veículos para obter informação e entretenimento (internet,

¹ Trabalho apresentado no Simpósio Temático “Cultura Histórica e Linguagens Historiográficas”, durante o XII Encontro Estadual de História da ANPUH-PB, realizado no Campus da Universidade Federal de Campina Grande, em Cajazeiras (PB), entre 23 e 28 de julho de 2006.

² Mestranda em Educação pela Universidade Federal da Paraíba.

³ A escola Polivalente Presidente Médici é uma escola pública localizada no bairro Castelo Branco em João Pessoa, Paraíba.

jornais, revistas, teatros, concertos e cinemas), enquanto que nos lares mais populares a televisão é quase sempre o único veículo.

A televisão tem assumido um papel de grande importância na vida das pessoas, seja na experiência individual de assistir TV ou no ambiente familiar quando fazem suas refeições diante dela. Vários são os fatores que contribuem para que a televisão esteja tão presente no cotidiano brasileiro: linguagem acessível, pois não exige grande repertório do telespectador; fácil aquisição do aparelho e baixo custo de uso; segurança e comodidade, o telespectador tem entretenimento e informação ao seu alcance sem precisar sair de casa e enfrentar a violência urbana.

Essa televisão que envolve, encanta e tem uma enorme capacidade de atrair as pessoas para frente da tela, constitui-se de produtos audiovisuais que atendem às expectativas, necessidades, desejos e fantasias do telespectador. O mundo da televisão brasileira abre um leque enorme de possibilidades, principalmente nas telenovelas, de sonhar e brincar, o que proporciona ao telespectador uma flexibilidade de viver.

O fluxo televisivo introduz uma relação estratégica aos novos modos de estar junto na cidade, às sociabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo em que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova continuidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados (MARTÍN-BARBERO & REY, 2001).

A partir das novas formas de sociabilidade e de instauração de novos laços sociais e culturais, sugeridos pelos novos e diversificados meios de comunicação, surge a comunidade mundial que se caracteriza pela desterritorialização e pela integração de diversas temporalidades. O texto escrito, sozinho, não consegue traduzir uma sociedade que tem outro tato e outra velocidade, na qual circula uma pluralidade de textos e escrituras que vão desde textos orais, relatando a experiência cultural das majorias, à visualidade tecnológica, advinda do rádio, cinema, vídeo e televisão.

E dessa forma o sentido da produção simbólica torna-se plural, as instituições tradicionais - escola, família e igreja - até então principais responsáveis pela produção simbólica, perdem espaço para outros meios.

Com a sociedade midiaticizada os espaços de permeação (interação social midiaticizada ampla) parecem, ao contrário, mais amplos que a escola, mais vívidos, mais ágeis, sedutores, renovados, diversificados. É evidente que tudo isso não significa que sejam melhores - apenas mais atraentes e estimulantes. (MARTÍN-BARBERO & REY, 2001)

Sendo assim, a televisão possui um repertório simbólico com grande penetrabilidade para os jovens porque cria um elo de proximidade. Um exemplo são as nossas telenovelas, que fazem parte do cotidiano da maioria dos brasileiros, embalando sonhos e apresentando

modelos de beleza, de boa e má conduta, de amor, de vida, ou seja, modelos de comportamento, na qual as subjetividades⁴ dos telespectadores passam a serem povoadas de identidades.

A maioria dos personagens, tanto femininos quanto masculinos, das telenovelas nos causam sentimentos intensos e diferenciados. Os protagonistas nos causam sentimento de admiração, comoção e, às vezes, de identificação e os vilões sentimentos de repúdio e desprezo.

Sendo assim, percebemos que esta relação de proximidade e intimidade com os personagens das telenovelas é muito intensa em nosso país, pois já faz parte da nossa cultura e da nossa identidade enquanto nação, salientando que os nossos folhetins são líderes de audiência, até mesmo em outros países.

Ao acompanharmos uma novela temos a sensação de estarmos participando da sua trama, vivenciamos, naquele momento, a felicidade e a tristeza dos nossos protagonistas, como se esses fossem pessoas do nosso cotidiano, ou seja, uma vizinha, uma amiga ou, até mesmo, uma inimiga.

Televisão e Educação

O encantamento gerado pelos textos audiovisuais; o potencial da televisão em constituir redes - conectar pessoas através da mediação - e penetrar no cotidiano dessas pessoas; e o fato de que não é mais possível manter uma distância entre mundo midiático e a sociedade, remetem a importância do aproveitamento da televisão para gerar experiências da informação, do conhecimento, da educação e da constituição de si, além das simples atividades de diversão e entretenimento.

O universo de cada indivíduo é formado pelo diálogo entre os discursos, nos quais seu cotidiano está inserido. E é a partir da materialidade discursiva que se constitui a subjetividade. Logo, a subjetividade nada mais é que o resultado da polifonia que cada indivíduo carrega. (BACCEGA, 2002, p. 76)

O fato é que vivemos imersos no universo audiovisual, onde a mídia eletrônica tem servido de ponte para os modos de conhecer, aprender e sentir do homem contemporâneo, portanto além de informar e divertir, a mídia atua como produtora de saberes e formas especializadas de comunicar e de produzir sujeitos, assumindo nesse sentido uma função nitidamente pedagógica, construindo significados e atuando decisivamente na formação dos sujeitos sociais (FISHER, 1996).

⁴ As subjetividades são as sensações, entendimento das pessoas e das coisas, ou seja, são os significados que damos ao mundo desde o momento em que a vida nos apresenta situações e emoções. Porém, as subjetividades são mutáveis, pois somos atravessados constantemente por discursos, pessoas, situações e sentimentos que nos resignificam.

A televisão não se propõe a ter um papel educativo, mas apenas um canal de entretenimento e de informação. Porém, no cotidiano percebemos que o seu papel vai além do que se propõe, sendo reveladora de um grande potencial subjetivador e construtor de formas de pensar e agir.

‘O caso de crianças e adolescentes que ao chegar à escola comentam o que viram no dia anterior na televisão e até mesmo emitem julgamentos sobre o que viram no dia anterior na televisão, supõe um contato televisivo em um cenário diferente.’ Exemplifica Orozco. ‘Os relatos das crianças supõem também a possibilidade de intervir pedagogicamente na audiência reorientando a produção de sentidos e redimensionando as apropriações iniciais do receptor. Isso abre uma atuação de aprendizagem possível, norteando os esforços de uma educação das audiências.’ (Remoto Controle, 2004, p. 305)

Os modos de pensar, sentir e agir dos homens e mulheres contemporâneos não são apenas propagados e influenciados pelos meios de comunicação e informação de um determinado momento histórico e cultural, mas também são mediados por estes, ou seja, a partir da relação dos mundos culturais do cotidiano e dos discursos midiáticos (visuais e auditivos) são construídas, reconstruídas ou desconstruídas novas sensibilidades, sociabilidades, identidades e subjetividades.

A inserção da mídia, principalmente novelas e seriados brasileiros, se inscreve em uma educação cotidiana e informal, pois as pessoas não aprendem apenas com o currículo escolar. Porém, não podemos vê-la apenas como um veículo de mão única, pois na medida que influencia as pessoas no modo de ver e sentir o mundo, ela também pode ser vista como um retrato ou representação das nossas práticas culturais e sociais.

Pensando na relação educação e comunicação, Baccega aponta que:

O desafio hoje, é a interpretação do mundo em que vivemos, uma vez que as relações imagéticas estão carregadas da presença da mídia. Trata-se de um mundo construído pelos meios de comunicação, que selecionam o que devemos conhecer, os temas a serem pautados para discussão e, mais que isso, o ponto de vista a partir do qual vamos compreender esses temas. Eles se constituem em educadores privilegiados, dividindo as funções antes destinadas à escola. E têm levado vantagem. (BACCEGA, 2002, p. 78)

Porém, uma das preocupações em relação à função pedagógica dos meios de comunicação e informação, entre elas a televisão, é pensar uma forma de como transformar informação em conhecimento, pois a mídia nos apresenta um mundo difuso, em constante mudança e calcado no consumo.

Muito vem preocupando educadores e pais a forma como a televisão vem apresentando e, até mesmo, ensinando as crianças e adolescentes sobre a vida, principalmente no que diz respeito a aspectos morais, como gravidez na adolescência, drogas, doenças sexualmente transmissíveis, casamento, traição, separação, etc.

Desta forma, pais e mães põem na televisão uma grande responsabilidade, a de educar e formar seus filhos enquanto cidadãos responsáveis, e também uma grande culpa, a de que os seus filhos são influenciados negativamente, através da violência cotidianamente exposta na TV e através de uma suposta liberação sexual e emancipação social e cultural, ou seja, acusam a televisão de corromper a família.

Baccega aponta que estamos vivendo em um mundo editado, que passa por uma série de mediações e obedece a diferentes interesses, mas que não devemos negar a sua presença em nossas vidas.

Se o mundo a que temos acesso é este, o editado, é nele, com ele e para ele que se impõe construir a cidadania. O desafio, então, é como trabalhar esse mundo editado, presente no cotidiano, que penetra arditamente em nossas decisões e que, pela persuasão que o caracteriza, assume o lugar de 'verdade' única. (BACCEGA, 2002, p. 79)

Porém, a nossa preocupação com o grupo focal de cerca de 20 adolescentes não foi saber se a mídia televisiva atua de forma negativa ou positiva nas suas vidas, mas averiguar a maneira como as imagens da TV inibem ou revelam tipos de identidades, de identificações e de alteridades dos televidentes, criando novas formas comunicabilidade, vinculação e sociabilidade.

Da prática a teoria: Imagens e ação

O procedimento utilizado no projeto de extensão baseou-se numa pesquisa participante que se caracterizou em produzir conhecimentos a partir da participação e cooperação de todos os envolvidos na pesquisa. Desta forma empregamos instrumentos como: questionários, com perguntas abertas, e exibição de vídeos (telenovelas e seriados) com um grupo focal de estudantes da Escola Polivalente Presidente Médici. Os encontros com os jovens ocorreram uma vez por mês na universidade e os dois últimos na própria escola, pois tivemos como objetivo aproximar as fronteiras entre o ambiente da universidade e o ambiente da comunidade extra-universitária.

A preparação dos questionários e a escolha dos vídeos foram sempre feitas em conjunto pelos membros do projeto, buscando explorar uma seqüência de assuntos que estivessem interligados ao contexto mídia e cotidiano, como culturas locais e globais, juventude, valores sociais, família, cidadania, etc. Diante dessa relação à pauta sucessivamente acontecia procurando envolver a visão dos jovens sobre a mídia, investigando sua recepção, apropriações e rejeições. Nessa busca, englobamos os temas identificação, construção de identidades culturais, comunicabilidade e sociabilização como fatores indispensáveis no processo de construção de si e percepção do mundo dos jovens.

No desenrolar das sessões do grupo de pesquisa com os alunos, nossa conduta se baseou na liberdade dos alunos de transmitirem suas impressões a respeito do vídeo apresentado. A cada encontro foi colocado em exposição um vídeo (telenovela ou seriado). A escolha por esse gênero popular se incidiu pelo intenso anseio pelo entretenimento, pois segundo a pesquisa executada pelo Remoto Controle, os programas de entretenimento (novelas, desenhos, filmes, música, variedades e séries) ocupam 80,3% do gosto dos jovens brasileiros.

A pesquisa da Fundação Perseu Abramo mostrou que a tevê é a atividade de lazer preferida - ou a única disponível - durante a semana escolar do adolescente. Quando o questionário se referiu às atividades de lazer de segunda à sexta, a telinha ficou com 55% das respostas espontâneas (ou seja, não sugeridas). Em segundo lugar ficou "ouvir música" (36%), seguido por "sair com amigos" (20%), "ler revistas/jornais/livros" (15%) e "descansar" (13%). (Remoto Controle, 2004, p.12)

Foram apresentados alguns produtos midiáticos. Entre eles os que causaram uma maior polêmica foram: o seriado O Alto da Compadecida, em especial a cena do julgamento de João Grilo, tematizando valores e concepções sociais, como religiosidade, pecado, a luta entre o bem e o mal, o belo e o feio, etc; Lisbela e o Prisioneiro, discutindo questões como identificação, regionalismo, machismo, o anti-herói, imaginação x realidade, etc . E em ambos discutimos a identidade local, ou seja, a identidade nordestina; e por último apresentamos O Show de Truman, discutindo o poder da mídia, a influência do merchandising nas nossas escolhas, realidade x ficção, etc.

Resultados: das telas da mídia à construção de identidades culturais

A partir da execução do projeto de extensão percebemos que os jovens telespectadores tendem a incorporar os jargões, a linguagem e o comportamento dos personagens de ficção. Verificamos igualmente que os espaços e tempos simulados no campo da ficcionalidade têm irradiado influências sobre os segmentos mais jovens da população; logo, as representações ficcionais – de certo modo – fornecem uma modelação da existência para os jovens e adolescentes.

Além disso, observamos que as mensagens das telenovelas e seriados têm criado parâmetros de identificação entre os televidentes, que a partir daí, constroem as suas noções de subjetividade e de sociabilidade. Isto é, as narrativas ficcionais estabelecem as modalidades da consciência de si e também a consciência social, propiciando um estilo de vida que muitas vezes reproduz o esquema das histórias de ficção.

Após mais de 20 anos de pesquisa no campo da teledramaturgia, estudiosos do mundo inteiro, advindos de áreas diferentes e a partir de metodologias distintas, têm demonstrado

que o poder dos meios e das mensagens não é absoluto. Uma moderna tradição de pesquisa tem comprovado que os telespectadores desempenham um papel ativo no ato de recepção; logo, os processos midiáticos passam pelo crivo das mediações realizadas pelos usuários-telespectadores-cidadãos.

Sendo assim, um fato muito interessante que observamos é que os jovens repetem os clichês, as gírias, os bordões e os jogos de linguagem inscritos no vocabulário televisivo, mas o fazem de forma contextualizada, a partir de seus referenciais simbólicos. E também, que o imaginário juvenil – é em grande parte moldado – pelas espacialidades e temporalidades midiáticas, mas convém aceitar o fato de que este processo não se realiza sem adequações, negociações das ordens discursivas tramadas pela televisão.

Outro fato é que, apesar da instituição televisiva não ter o objetivo de ensinar/educar, verificamos durante a pesquisa que algumas produções midiáticas são percebidas por parte dos jovens em questão como uma provável arte educadora. No primeiro questionário que aplicamos diante da questão de preferência pela telenovela *Malhação* alguns alunos afirmaram gostar, porque “ensina” sobre determinados fatos, levando-nos a concluir que alguns produtos da televisão exercem um papel pedagógico.

Um dos aspectos que muito nos chamou atenção foi em relação à construção de identidades culturais mediadas pelas telenovelas e seriados brasileiros. Sendo assim, percebendo que as identidades não são fixas como o projeto iluminista pretendia, observamos que a mídia possui um papel muito importante na construção e (re)elaboração das identidades e subjetividades, ou seja, as identidades na “sociedade pós-moderna” vivem em fluxo.

Para Woodward o processo chave para essas identidades em fluxo é o discurso da mídia, que se utiliza dos sistemas simbólicos e das redes de significação para criar modelos a serem subjetivados. Esta afirma que:

A mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular – o adolescente ‘esperto’, o trabalhador em ascensão ou a mãe sensível. Os anúncios só serão ‘eficazes’ no seu objetivo de nos vender coisas se tiverem apelo para os consumidores e se fornecerem imagens com os quais eles possam se identificar. (Woodward, 2000, p. 17-18)

Douglas Kellner também acredita que as identidades estão em constante mudança no mundo contemporâneo, no qual podemos observar modelos cambiantes, ditados pela mídia. O discurso da mídia, através de suas imagens, sons, enredos, histórias e narrativas, possui ideologias e significados variados, na qual a televisão exerce um grande fascínio nos telespectadores:

As pessoas assistem com regularidade a certos programas e eventos; há fãs das várias séries e estrelas com um grau incrível de informação e conhecimento sobre o objeto de sua

fascinação; as pessoas realmente modelam comportamentos, estilos e atitudes pelas imagens da televisão... (KELNER, 2001, p.303)

Para Kellner a televisão tem uma importância inegável na reestruturação das identidades e que esta exerce a função de um espelho de identificação. Isto ocorre devido à proximidade das pessoas com este objeto, na qual essas criam um vínculo afetivo com este meio de comunicação.

Sendo assim, novas identidades são construídas constantemente, através das subjetividades produzidas pelo mundo globalizado, ou seja, pelo consumo. A mídia possui o poder de construir modelos de identidades a serem seguidos, principalmente nas propagandas e nas novelas.

Nas propagandas são apresentados produtos a serem consumidos em nome da beleza, juventude e conforto, nas quais seus garotos e garotas propaganda são sempre jovens, saudáveis e bonitos. As suas imagens são carregadas de identidades, sempre associada ao consumo, ou seja, só possui uma imagem interessante quem compra certos produtos.

Já as novelas nos apresentam modelos de beleza, de educação, de comportamento, de moda, etc, apontando que esses são os modelos ideais a serem subjetivados. Os personagens de bom caráter são sempre bonitos, elegantes, bondosos, educados e portadores de uma moral incontestável em contraposição ao seu outro, os vilões, portadores de um caráter duvidoso, no qual sempre ao final da novela se dão mal, pois são castigados por possuírem uma má conduta⁵.

Desta forma, as novelas nos apontam o caminho a ser seguido e os modelos a serem subjetivados, criando novas identidades, porém passageiras. Essas novas identidades são passageiras porque a mídia está em constante mudança. Em um mês está em ascensão um determinado grupo de pagode que valoriza os atributos físicos femininos, como a bunda, no outro, já está na moda grupos de funk que desvaloriza a imagem feminina, comparando-as a cachorras, popozudas, etc.

Nesse contexto, Hall aponta que

Ela (a globalização) tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas. (HALL, 2001, p. 87)

Sendo assim, percebemos que os jovens estudantes passam por esse movimento de construção de novas identidades e subjetividades, mediadas pela mídia e pelo seu contexto

⁵ Temos como exemplo de novelas feitas nesses moldes as globais, nas quais os heróis terminam as novelas felizes com o seu amor, família e amigos e os vilões morrem, ficam loucos, ficam paralisados ou são abandonados.

cultural e social, ora negando e ora se apropriando de linguagens, comportamentos e identidades das telenovelas e seriados brasileiros.

Referências Bibliográficas

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e Educação: a construção do campo. In: GHILARD, Maria Inês e BARZOTTO, Valdir Heitor (orgs.). *Nas Telas da Mídia*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2002.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Adolescência em discurso: mídia e produção de subjetividade*. [Doutorado]. PPGEDU/UFRGS, 1996, 297 p.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 5ª. Edição. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, J; REY, M. *Os exercícios do ver, hegemonia audiovisual e ficção televisiva*. São Paulo: Senac, 2001.

Remoto Controle: Linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes./ [Coordenação Veet Vivarta]. São Paulo: Cortez, 2004. (Série mídia e mobilização social: 7)

WOODWARD, Kathryn. "Identidade e Diferença: Uma introdução teórica e conceitual". In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença: Uma perspectiva dos Estudos Culturais*. 3ª edição. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.