



## Juventude e telenovela: um estudo de recepção<sup>1</sup>

Lírian Sifuentes<sup>2</sup>, Marco Antonio Neves Junior<sup>3</sup>, Veneza V. Mayora Ronsini<sup>4</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria

### Resumo

O foco deste texto é analisar o papel do imaginário televisivo, especialmente da telenovela, na elaboração de representações acerca dos estilos de vida das classes, com vistas ao posterior entendimento sobre a classificação dos atores juvenis mediante os signos de distinção exibidos socialmente (no âmbito dos valores, comportamento, aparência). Este artigo traz resultados parciais de uma pesquisa que envolve um total de 20 entrevistados, sendo que esta análise recai sobre 10 deles, todos de classe popular (baixa e média baixa). Metodologicamente, o trabalho é a combinação da etnografia com o estudo de caso.

### Palavras-chave

Televisão; telenovela; representações; recepção; juventude.

### Introdução

A partir de quadro teórico vinculado aos estudos culturais e à sociologia da cultura e dos métodos do estudo de caso e da etnografia, pretende-se compreender os mecanismos de construção e de desconstrução das identidades de classe e sua relação com a lógica do campo midiático. A estratégia para apreender o sentido da pobreza e da desigualdade social para jovens de classes populares é investigar a apropriação do fluxo televisivo, recortando o objeto de estudo na recepção da telenovela. A justificativa para o recorte assenta-se no argumento de que a telenovela, além do caráter policlassista da audiência e de uma convenção narrativa que opõe núcleos de personagens ricos e pobres, faz parte de um ritual compartilhado pela família (Hamburger, 2005, p. 73). É inegável a importância da telenovela para todas as classes/grupos e gerações como dispositivo de pertencimento à nação pelas tramas que abordam temas intrínsecos à

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao III Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação.

<sup>2</sup> Acadêmica do sétimo semestre do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo/ UFSM, integrante do grupo de pesquisa *Mídia, recepção e consumo cultural*.

<sup>3</sup> Bolsista PROBIC/FAPERGS, acadêmico do sétimo semestre do Curso de Comunicação Social/ Relações Públicas/ UFSM, integrante do grupo de pesquisa *Mídia, recepção e consumo cultural*.

<sup>4</sup> Doutora em Sociologia pela USP, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM/RS, pesquisadora do CNPq e líder do grupo de pesquisa *Mídia, recepção e consumo cultural*.



contemporaneidade brasileira: "[...] oposições entre homens e mulheres; entre gerações; entre classes sociais; entre localidades rurais e urbanas, 'arcaicas' e 'modernas' [...]. (Lopes, 2002, p. 10).

Embora nosso foco seja a recepção da telenovela, o fluxo televisual será também considerado, sejam aqueles conteúdos, de canais como SBT, Record ou MTV, prediletos dos jovens do ensino médio ou os que assistem com a família pois entende-se que o fluxo é a base para o entendimento de representações e também da lógica do espetáculo que extravasa os veículos de comunicação, convertendo-se em um valor que norteia a experiência, o da ascensão social fácil e rápida (sem produção e esforço) e dissociada de questionamentos éticos e morais. Do total de 20 entrevistados, nossa análise parcial recai sobre 10 deles, todos de classe popular (baixa e média-baixa).

Por um lado, observamos que a cultura urbana no Brasil esconde, sob a capa da gentileza, uma valorização acentuada da aparência; por outro, as pesquisas de mercado ou matérias de comportamento publicadas em revistas<sup>5</sup> apontam para uma provável influência da tevê na intolerância para com a diferença, demonstrando que as crianças brasileiras desejam, por ordem de prioridade, ao lado de boas notas e de ver televisão, ter dinheiro e boa aparência. Além disso, observam que a divisão existente, entre alunos da 5<sup>a</sup> à 8<sup>a</sup> série do Ensino Fundamental de escolas de classe média, inspira-se em padrões competitivos de sucesso social tais como ser rico, bonito e usar roupas da moda. A valorização da aparência e do dinheiro é evidenciada por pediatras, educadores e outros especialistas ao tratar de um problema denominado pelos norte-americanos de bullying, a humilhação praticada e sofrida por crianças e adolescentes no ambiente escolar: nas escolas públicas a atitude mais usual é ridicularizar as diferenças físicas (gordo/magro, com orelhas ou cabeça grandes, etc.) enquanto nos colégios particulares a discriminação se dá pelo viés econômico (Portela, julho 2004, p. 48-49).

A análise da legitimação da desigualdade na modernidade periférica desenvolvida pelo sociólogo brasileiro Jessé de Souza auxiliará na análise dos dados coletados porque parece corroborar nossa hipótese de uma representação negativa da pobreza e de uma classificação dura dos pobres como ineptos. Diz ele que a ideologia

---

<sup>5</sup> O canal de TV a cabo *Cartoon*, mediante entrevistas pessoais e discussões em grupo, ouviu 1000 crianças em São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre agrupadas em classes A, B e C. Pelo critério normalmente utilizado (ABA/Abipeme) supõe-se que o panorama seja representativo de classe alta e média (Veiga, 2001). Ver também a matéria de Oyama (2003) que traça o perfil dos excluídos em escolas paulistanas, na qual um dos dados aponta sobre o bom desempenho escolar dos mesmos. São frequentes nos programas para jovens, em *Malhação*, por exemplo, as representações negativas sobre os que estudam "demais", segundo observado por nós em capítulos exibidos nos meses de maio-julho 2005.



do desempenho, baseada na tríade qualificação, posição e salário, "estimula e premia a capacidade de desempenho objetiva, mas legitima o acesso diferencial permanente a chances de vida e apropriação de bens escassos" (2003, p. 169).

Além do mais, uma das justificativas teóricas para esse esforço ampara-se nos resultados das pesquisas de recepção da televisão com jovens e crianças levantados por Orozco Gómez (1996a) no México e Peru. O autor ressalta a importância do estudo do intercâmbio entre mídia, família e escola para a compreensão do papel da mídia na socialização e, ainda, a classe como categoria explicativa para os usos da mensagem televisiva no cotidiano. Todos os trabalhos analisados por ele apontam para a incapacidade de generalização e do entendimento da interação entre tevê, crianças e jovens sem a relativização das conclusões em função do pertencimento de classe, da idade ou do sexo (Orozco, 1996a, p. 164-165).

### **Metodologia e categorias de análise**

Metodologicamente, o projeto é a combinação da etnografia com o estudo de caso. A *etnografia crítica do consumo cultural* – é o conhecimento construído pela descrição do contexto de apropriação dos meios de comunicação que determina o sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação de massa. Nomeamos de etnografia do consumo aquela que se refere à investigação da interação entre audiência e fluxo, de um veículo específico ou das tecnologias da informação/comunicação; de etnografia da recepção (Ronsini, 2003), a que tem como foco a leitura e apropriação de um texto específico. Neste esquema metodológico, a epistemologia configuracional de Elias e a categoria de *habitus*, comum aos dois autores, completa a busca pela explicação das formas de interação entre indivíduo, grupo e classe. O modelo das mediações múltiplas de Orozco (1996b) é apropriado a partir da proposição de Lopes, Borelli e Resende (2002, p. 45) que se caracteriza pelo destaque epistemológico dado à mediação estrutural (classe), de resto, a escola e a família são mediações institucionais e a telenovela é a mediação gênero ficcional.

Para nós, o termo *campo ou campo social*, estruturado pelas relações de classe, funciona como uma noção generalista para situar as instituições como escola (situada mais notadamente no subcampo cultural), família (instituição sobre a qual incidem vários campos) e mídia, reservando o termo configuração para a epistemologia do trabalho. Enfim, a Sociologia da Cultura de Bourdieu e Elias fornece a base

epistemológica, teórica e metodológica para estruturalizar a discussão culturalista dos estudos culturais internacionais e, assim, corrigir o que as autoras de *Vivendo com a telenovela* apontam como uma das falhas dos mesmos, a desconsideração da diferença de classe, que não é apenas uma categoria entre outras, mas a que articula todas as demais (Lopes, Borelli, Resende, 2002).

A classificação dos entrevistados foi feita com base na metodologia da estratificação sócio-ocupacional, na qual a família é classificada a partir do membro melhor situado, seja ele chefe de família ou não. Os grupos ocupacionais resultantes são agregados por Quadros e Antunes (2001) em quatro camadas: alta (proprietários e alta classe média); média (média classe média e proprietários de pequeno negócio urbano); média baixa (baixa classe média, operários e trabalhadores autônomos); baixa (camada inferior de operários, assalariados populares e trabalhadores autônomos, empregados domésticos, não ocupados e ocupados com o autoconsumo).

Quando tomamos a classe como quadro de referência segundo o qual o indivíduo representa o mundo e a si mesmo, supõe-se que no fluxo unificado do espaço-tempo global hajam modos diferenciados de viver e representar o espaço-tempo cotidiano. A categoria de competência cultural nomeia o conhecimento de códigos específicos de uma dada forma cultural, adquirido na família e na escola, e está associada a padrões de consumo cultural (Bourdieu apud Garnham e Williams, 1980, p. 217), isto é, à natureza dos bens consumidos e o modo de consumi-los. Na teoria da reprodução de Bourdieu, a competência cultural decorre ou está relacionada com o *habitus*, encarado como a internalização das distinções objetivas de classe que se materializa em disposições e atitudes referentes à cultura e em habilidades para utilizar objetos e práticas culturais (Garnham e Williams, 1980, p. 217).

Paralelamente ao processo de mundialização da cultura e o sentido dramático que ele assume diante das barreiras de classe, que impedem parcelas amplas de usufruir das suas benesses, são observadas profundas transformações nos modos de ser juvenil que tem a ver com o processo de desinstitucionalização da condição juvenil, entendido como uma crise das instituições, como escola e família, consagradas à transmissão da cultura adulta hegemônica, cuja consequência é viver a etapa da juventude de uma forma distinta da que foi experimentada por gerações anteriores, ensejando maior liberdade e experimentação (Abad apud Sposito, 2005, p. 90-92). Ao contrário, outras interpretações ressaltam o conservadorismo dos jovens e a simultânea imersão no



individualismo<sup>6</sup> com pouco espaço para novas formas solidárias, coletivas ou associativas de relacionar-se, aprofundando o processo de dominância do Eu (cultura da personalidade) iniciado desde a modernidade.

### **A mediação escolar e familiar**

Como hipótese a ser investigada, imaginamos que a interpretação que os estudantes fazem da televisão possa ser expressa do seguinte modo: a educação familiar em diferentes classes sociais tem como produtos simbólicos, "(...) além do saber e do saber fazer, as maneiras de ser, dizer e fazer" (Bourdieu, 1987, p. 308). Além dos aspectos inconscientes do *habitus*, a família transmite valores que parecem se contrapor, sem muito resultado, ao consumismo estimulado pela tevê. Os pais tentam ensinar aos filhos que roupas e tênis de marca não são gêneros de primeira necessidade, mas os filhos insistem em desejar e querer comprar tais coisas. Observou-se que a família não exerce nenhum tipo de restrição a programas e a horários assistidos como também não faz críticas aos conteúdos exibidos pela tevê, mas direciona os jovens ao hábito de ver telejornal e telenovela junto com os pais.

O projeto da pedagogia formal é fornecer as bases para que as distinções decorrentes da educação na família possam ser ultrapassadas pela ascensão individual própria das sociedades democráticas e, assim, garantir a estabilidade social e a permanência da estrutura de classes (Bourdieu, 1987, p. 296). Se o papel da pedagogia televisiva é também garantir a confiança na mobilidade social, qual é a leitura dos jovens sobre as diferenças de classe?

A importância do grupo de amigos é amplamente conhecida na fase juvenil, período de "transição de uma identificação com a família para uma identidade mais ou menos individual" (Elias, 2000, p.185) e cresce ainda mais em meio ao desestímulo que é manifesto em relação à escola como lugar de aquisição de conhecimentos, sendo encarada apenas como uma obrigação que eles cumprem para ter o diploma, considerado importante em função da crise econômica (Ronsini, Weber, 2004), assim como outros estudos comprovam que a maioria das crianças vão à escola apenas para cumprir uma exigência social (Guimarães, 2002, p. 22-23).

---

<sup>6</sup> Um dos indicadores do individualismo é a queda do associativismo e do sindicalismo no mundo e no Brasil. Baseando-se em dados do PME/IBGE de 1996, o autor conclui que as atividades associativas se correlacionam com mais facilidade com níveis educacionais mais elevados, porém tais pessoas aderem a causas que não implicam risco de confronto (Demo, 2003, p. 129 e 325-326).



Em uma etapa de formação para a vida e para o futuro, mas pressionada pelo desempenho competitivo para a inserção no mercado de trabalho, queremos indagar sobre a reprodução desta lógica no momento mais prazeroso, o do encontro e da conversa com o grupo de amigos, já que a escola não encanta pelo prazer do aprendizado. Um dos motivos pelo desinteresse dos alunos brasileiros, levantado por Glaucia Guimarães (2002, p.36 e p.112) mediante estudo comparativo entre o discurso de dois programas da TV Cultura de São Paulo com o discurso dos professores em sala de aula, deve-se ao discurso autoritário da escola, que não estimula a curiosidade e não promove a reflexão sobre os conteúdos abordados por ser monossêmico e não abarcar os interesses, desejos e expectativas dos alunos. Além disso, a sedução exercida pela tevê se contrapõe à precariedade material da escola pública, à insuficiência da formação dos professores pressionada por baixos salários (Belloni, 1991, p. 35), o que resulta em alunos egressos do Ensino Médio mal preparados nas competências básicas da matemática e do português. Segundo dados do Programa Internacional de Avaliação de Alunos, um aluno brasileiro, graduado em curso superior tem o mesmo nível de compreensão de leitura que um finlandês que concluiu o ensino médio (Castro, 2006, p. 22).

O tempo que os alunos do ensino médio em Santa Maria dedicam aos estudos é um sintoma desse quadro: 53% dos alunos, ou estudam somente para as provas ou menos de uma hora por dia, enquanto que 31% estuda entre 1 e 3 horas diárias. Sabendo-se que apenas nas aulas de filosofia ocorre um debate voltado para a recepção crítica da mídia (Weber, Ronsini, 2004), é provável que a família e o grupo de amigos sejam os mediadores privilegiados da programação televisiva, a partir dos quais a lógica do espetáculo é ressignificada. Diante das dificuldades atuais que os jovens têm para ganhar a autonomia financeira da família, a escola ainda é a promessa para a inserção no mercado de trabalho e a escolha é de se esperar que os pais desejem que os filhos tenham um rendimento escolar satisfatório visando o ingresso na universidade pública. Para as classes abastadas, a escola garante a possibilidade de preparação para a gestão de negócios e propriedades que os filhos receberão por herança; para as classes médias e subalternas, a formação profissional é a única garantia de autonomia financeira. Por acréscimo, o conhecimento hoje é mais valorizado em uma sociedade tecnológica onde o trabalho depende muito mais de capacitação.

A respeito das relações entre mídia e escola na modelagem do que somos, não encontramos estudos que tratem das interações e conflitos entre jovens com base na



origem de classe no ambiente da escola de ensino médio. Do levantamento inicial que empreendemos, localizamos os de Guimarães (2002) e Belloni (1991) sobre a pedagogia educacional diante da exposição de crianças e/ou adolescentes à mídia, o de Sena (2002) acerca da interação dos alunos de curso noturno (15 a 24 anos) com professores e funcionários da escola (incluindo as diferenças de direitos entre homens e mulheres no espaço da escola), o de Fisher (2006) sobre a recepção da televisão por estudantes secundaristas de escolas públicas e privadas, além dos dois que abordam a conjuntura da escola de ensino fundamental no tocante à produção de representações de gênero e de raça, respectivamente (Moita Lopes, 2002; Vaz, Mendonça, Almeida, 2002)

Das conclusões de Sena (2002) sobre a sociabilidade juvenil em uma escola municipal da periferia de Belo Horizonte, interessa-nos destacar a importância que os jovens dão aos modos de vestir como forma de vinculação a estilos inspirados em artistas que servem para contestar a condição de inferioridade com que são vistos e tratados, invertendo, no plano simbólico, as relações de classe ao afirmarem que os *playboys* passam a imitá-los. Da investigação de Fisher a partir do debate sobre programas como telenovela, telejornal, minissérie, entre outros, com seis grupos formados por estudantes de ensino médio de Porto Alegre, com idades e classes variadas, interessa pontuar alguns resultados obtidos pois eles instigam a procurar respostas acerca da interação juventude e mídia. Primeiro, confirma-se o movimento oscilante das leituras, que pendem para reafirmar o conservadorismo ou para manifestar formas micropolíticas de resistência; segundo, mesmo que os jovens percebam a necessidade da tolerância para com as diferenças (magro/gordo, rico/pobre, homossexual/heterossexual), relatam as dificuldades em lidar com os próprios preconceitos e com um certo imobilismo para transformar a realidade cindida em tantas singularidades e desigualdades. O texto aponta para uma relação entre um padrão de normalidade discutido pelos jovens ("eu sou normal?") e a normatização de um modelo midiático que se caracteriza pela "perfeição". Vale dizer que uma das fortes referências de normalidade pode estar sendo ditada pela televisão, assim como o seu oposto, o padrão do que é aceito como anormal (imperfeito) e, portanto, tenderia a ficar separado dos demais.

As investigações acima descritas são importantes para percebermos que a escola não é somente o espaço da reprodução das desigualdades, mas também lugar de confronto entre discursos hegemônicos e contra-hegemônicos, assim como os jovens e



crianças oscilam entre leituras opositivas, negociadas ou dominantes em relação aos "textos" midiáticos.

### **A mediação do gênero telenovela**

A conclusão de Romano (1999) sobre a construção do popular em 25 telenovelas do horário nobre (Sétimo Sentido, Tieta, Roque Santeiro, Pátria Minha, Renascer, etc) da Rede Globo exibidas nas décadas de 1980 e 1990 é que ela tende a enfatizar a ascensão social dos personagens de classes populares, pelo trabalho ou pelo casamento com membros de classes privilegiadas, mesmo que não estejam ausentes as iniciativas de autores consagrados que apontam para a denúncia da reprodução social. Outra recorrência é que o lugar predominante do popular é nas tramas paralelas.

A telenovela, além de outras razões já apontadas neste texto, possibilita a comparação da leitura efetuada dos receptores sobre as representações da pobreza, pois ela oferece a homens e mulheres um repertório compartilhado em um tempo em que a segmentação de canais e programas é a regra: enquanto as elites, a classe média alta e média usufruem da programação informativa e de entretenimento internacional de canais de TV via satélite ou a cabo e da oferta distribuída pela internet, a classe operária basicamente tem à sua disposição as mídias audiovisuais nacionais e locais (Straubhaar, 2004, p. 102-103).

Ao investigar a aceitação global das telenovelas, Straubhaar (2004, p. 96) salienta a proeminência dos temas familiares e amorosos, da ascensão social e do estilo de vida de classe média que as pessoas almejam obter, enquanto Hamburger (2005, p. 150), falando do caso brasileiro, observa a difusão de padrões comportamentais que expressam a liberação dos costumes vigentes nos segmentos de classe média para o resto da população. Esses apontamentos captam exatamente as tendências que desejamos estudar: o fato do gênero circular em todos os segmentos sociais<sup>7</sup> e dramatizar estilos de vida diferenciados (do alto ao baixo) a partir de um enfoque de classe média propicia tanto a compreensão do que está sendo gerado de interpretações que acatam a ordenação social proposta pelos autores de telenovela no sentido de uma harmonia entre as classes, outras que modelam os padrões de comportamento que

---

<sup>7</sup> Segundo Hamburger (2005, p. 80), levantamentos de pesquisas de audiência mostram que meninas adolescentes, mulheres de terceira idade de classe média e mulheres de classes populares constituem o público mais leal das novelas.



migram de uma classe para outra e, talvez, interpretações que rejeitam o mundo social tal como a telenovela o representa.

No levantamento de Hamburger sobre a produção da telenovela brasileira, bem como de sua observação junto a telespectadores no período 1970/1990, vamos no deter em algumas conclusões da autora que nos permitem pensar as relações entre as classes na novela e possíveis impactos junto à audiência: na sua fase de intervenção (anos 1990) o folhetim eletrônico debate temas sociais, o preconceito de cor, questões de gênero, a violência urbana, a AIDS, conflitos de classe; os conflitos domésticos são os que geram as reações mais intensas e são percebidos como o motor da história em detrimento de assuntos públicos como, por exemplo, a questão da terra abordada em *Rei do Gado* (1996).

Nossa argumentação é a de que, apesar do conflito de classe, desde os anos 1970, expressar-se nas relações entre personagens pertencentes a núcleos "pobres" e "ricos", a solução final para ele é o casamento ou o amor entre a moça rica e o moço pobre ou vice-versa<sup>8</sup>. Além disso, o ponto de vista dos criadores é que o destino das pessoas se resolve pelas opções morais entre o honesto e desonesto, fortes e fracos, bons e maus. Outro aspecto é que a novela, ao desenvolver a tensão entre modernidade e tradição, enfatiza o primeiro como o ideal (a cidade, a cultura, os valores da urbanidade em contraponto ao conservadorismo rural), mas adota uma posição dúbia acerca do par de opostos, ao expor a maldade e a ganância nas relações sociais urbanas em contraponto com a ingenuidade, a vida simples e feliz dos habitantes do campo ou das cidades interioranas. É por este motivo que há sempre um eixo da trama que permite a identificação dos que se enquadram ou não se enquadram no discurso hegemônico da modernidade que também é um discurso sobre as classes na medida em que amplos segmentos das classes populares na cidade migraram do campo para a cidade e não puderam adotar o modo de vida urbano em sua totalidade.

Se o gênero é um conjunto de regras que se torna reconhecível e organiza a competência comunicacional dos produtores e consumidores (Straubhaar, 2004, p. 16), podemos afirmar que a telenovela se consagra como uma narrativa que atualiza comportamentos e valores, debate preconceitos e, modesta e raramente, faz crítica

---

<sup>8</sup> Os exemplos são inúmeros, apenas a título de demonstração fornecemos três casos, dois da primeira fase da telenovela e um da fase atual: jovens inimigos de coronéis casam com filhas ou netas de patriarcas (*Irmãos Coragem*/1970; *Gabriela*,/1975), o filho do jardineiro namora a filha de um advogado de classe média alta (*Páginas da Vida*/2006), etc.

social baseada na desigualdade de classes. Esta configuração nos leva a formular uma hipótese sobre a interação entre emissores e destinatários juvenis: a telenovela contribui para que os jovens acreditem na superação dos problemas sociais por intermédio de qualidades pessoais como persistência e esforço, repetindo as soluções individuais sugeridas pelo melodrama. Além do mais, os conflitos entre pobres e ricos são igualmente retratados como contendas individuais e, tal como a origem dos conflitos, as diferenças são fruto de indivíduos que galgaram posições determinadas.

E não é que os agentes aceitem passivamente tais narrativas, pois eles sabem distinguir o afastamento e a proximidade da trama da novela com a realidade concreta, onde as trajetórias dos atores nem sempre acabam em finais felizes, mas a questão de fundo é que o realismo emocional<sup>9</sup> das histórias é bastante convincente e integra a cultura narcísica na qual estamos imersos. É assim que novela não tematiza qualquer forma de controle sobre o ambiente social, focando-se nas preocupações do eu moderno, "havendo uma evaporação da história, uma perda da continuidade histórica no sentido de fazer parte de uma sucessão de gerações que se perde no passado e se projeta no futuro" (Lash apud Giddens, 2002, p. 159).

## **Conclusões**

A telenovela oferece uma visão de mundo que os receptores reconhecem como ficção, conceito estanque que eles contrapõem ao telejornal, programa que transmite dados e histórias reais. Dentre os aspectos dos modos de ver televisão que remetem para a força simbólica da primeira está o fato de que a audiência se posta de modo despreocupado à frente da telinha em um momento de lazer sem considerar que a fantasia ou seu caráter lúdico ali presente possa afetar sua subjetividade, forma de pensar e de se comportar. Se a noção é de que a pessoa que se deixa influenciar pelo entretenimento demonstra "fraqueza" ou falta de personalidade, muito mais difícil para o pesquisador se torna o acesso à visão de mundo particular de cada receptor (e à visão de mundo naturalizada pelo consenso), tida como pura, autônoma, produto de indivíduos que conseguem se distanciar do simples entretenimento.

Tal idéia do indivíduo que pensa e age autonomamente, que existe, primeiro, "dentro de si", estudada longamente por Norbert Elias (1994) em vários períodos históricos a ponto de descobrir que foi a partir do Renascimento que a balança nós-eu,

---

<sup>9</sup> Por realismo emocional queremos dizer a verossimilhança do caráter e do sentimento dos personagens, isto é, a natureza humana deles não guarda relação com o ambiente social no qual transitam.



na qual o peso da identidade nós era maior, é substituída pela balança eu-nós, sendo que hoje vivemos o ápice do crescente processo de individualização propiciado pelo desenvolvimento das sociedades industriais. Este processo que fortalece a identidade-eu em detrimento da família, do Estado, da religião, da classe, etc. é reforçado pela midiaticização da esfera pública e pela capacidade da mídia em naturalizar imagens do mundo social e imagens que as pessoas têm de si mesmas.

Em termos mais gerais, o poder da TV para os jovens é o poder de não ser reconhecido como tal, visto que a maioria dos entrevistados não tem consciência da relação da mídia com a reprodução do sistema. Em termos específicos, as representações da pobreza ou são absolutamente negativas (no telejornal, por exemplo) ou, no caso da telenovela, se dissimulam as reais diferenças de classe e, concomitantemente, se promove a ascensão do pobre na hierarquia, de modo a promover no receptor o desejo de mudança para uma condição melhor. Não são comuns os exemplos de personagens pobres de novelas que conseguiram através do estudo ou do trabalho melhorar a condição de vida (apenas um entrevistado cita uma novela da Record que exibiu esta situação) e isto, quando ocorre, reforça bastante a crença no sistema como igualitário. O que eles criticam é a repetida fórmula da ascensão social pelo casamento, a qual julgam irreal. O que parece funcionar é a apresentação diária do sonho de ser melhor, de se tornar algo melhor, é a casa bonita, as roupas alinhadas, a beleza dos atores/atrizes, os lugares que freqüentam como algo a ser conquistado por qualquer um. A novela é esse alimento diário de construção da dignidade das pessoas mais simples que rompe com o discurso telejornalístico costumeiro, associando pobreza e indignidade. O realismo emocional da novela também oferta "pobres dignos". Através dele se constrói uma imagem das relações sociais baseada na subjetividade da pessoa humana. Mas não é essa obviedade que interessa e sim o modo como essa lógica garante a crença no sistema social: é a pretensão dos excluídos que contribui para sustentar a distinção e a distinção dos dominantes que inspira a busca da conformidade (Bourdieu, 2004, p.182-183). Se os signos do consumo são os mais óbvios elementos de distinção social, são também os menos seguros para o reconhecimento do lugar ocupado pelo indivíduo na hierarquia da sociedade. Os modos mais eficazes de distinção (comportamento, modo de falar, o dinheiro na carteira, os lugares freqüentados fora da escola, etc) é que determinam que os grupos economicamente mais privilegiados convivam entre si. Mas a roupa é importante (especialmente para as meninas) para selecionar no interior das classes



populares quem participa e quem não participa de determinados grupos, mesmo nas escolas públicas onde não há clivagens muito expressivas na clientela, pois nas escolas investigadas existem poucos jovens vivendo na miséria. Entre os garotos de classe popular ligados a estilos musicais, é mais fácil compor um estilo próprio em função da aquisição facilitada de vestuário e acessório que lhes permite uniformidade na segmentação (hip-hop, heavy metal, pagode, tradicionalista).

Os mais pobres costumam esconder sua condição não revelando a profissão dos pais e quando as roupas "denunciam" a condição social, os colegas pedem aos professores para que o aluno receba doações em roupas e sapatos. A auto-estima dos humildes (a maioria dos entrevistados) parece depender da existência daqueles que, de fato, são considerados "pobres", de acordo com a representação dominante mais negativa: contraventores da lei, pessoas que dependem de assistência governamental ou da ajuda dos ricos, "favelados", desempregados. De modo geral, a tendência é ocultar qualquer forma de carência material ou, ao admiti-la, encará-la como condição passageira a ser superada pelo sucesso na carreira profissional, usualmente pela via da educação formal. Até aqui, observa-se nas entrevistas realizadas que a ideologia do desempenho torna opaca a condição na qual vive a maioria, morando em pequenas e modestas residências na periferia da cidade, sem nenhum tipo de contato com outras cidades a não ser com o meio rural de municípios vizinhos; com acesso exclusivo à TV e, em menor medida a computadores e internet.

Os pobres parecem ter hoje menos chances de expressar idéias opositivas a essa discriminação, sem sindicatos, sem equipamentos culturais, movimentos ou partidos que o representem, resta o recurso a constituição de identidades estruturadas pelo consumo e que operam mediante a produção industrial de cultura e pelo consumo diferido e segmentado de bens (Garcia Canclini, 1995, p.35). Se as imagens se tornam "mais reais que a realidade", já que a vida na tela diminui o charme da vida vivida, e estabelecem os padrões da realidade e da sua avaliação (Bauman, 2001, p. 99) é porque a mediação das tecnologias audiovisuais, para os jovens estudados, passa a ser uma referência sedutora e com pouquíssimos concorrentes. A vida se torna chata, sem as aventuras, o glamour, a beleza do mundo ficcional. Ainda mais, o colapso da confiança em uma sociedade melhor - devido ao fato de que, no ponto de vista dos jovens, se a pobreza atinge a maioria das famílias, não há projeto político que possa combatê-la - é profundamente desmobilizador e letárgico para qualquer pensamento questionador e apto a propor iniciativas de ação coletiva.



## Referências Bibliográficas

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. *O mal-estar da pós-modernidade*. São Paulo: Jorge Zahar, 1998.

BELLONI, Maria Luiza. Educação para a mídia: missão urgente da escola. *Comunicação & Sociedade*, ano X, n.17, p. 33- 46, agosto de 1991.

BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença*. São Paulo: Zouk, 2004.

\_\_\_\_\_. *A economia das trocas simbólicas*. Rio de Janeiro: Perspectiva, 1987.

\_\_\_\_\_. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

CASTRO, Claudio de Moura. O brasileiro da Nokia. *Veja*, 19 de julho de 2006. Ponto de Vista, p. 22.

CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática. In: BOURDIEU, Pierre. *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 63-79.

DEMO, Pedro. *A pobreza da pobreza*. Petrópolis: Vozes, 2003.

\_\_\_\_\_. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994.

ELIAS, Norbert. e SCOTSON, John. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

FISHER, Rosa M. B. Juventude e mídia: possíveis singularidades de uma audiência ativa. *Anais, Encontro Anual da Compós*, Bauru, 2006.

GARNHAM, Nicholas and WILLIAMS, Raymond. Pierre Bourdieu and the sociology of culture: an introduction. *Media, Culture and Society*, v.2, n. 3, July 1980.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GUIMARÃES, Glaucia. *TV e escola: discursos em confronto*. São Paulo: Cortez, 2002.



HAMBURGER, Esther. *O Brasil antenado. A sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

LEAL, Ondina. Etnografia da audiência: uma discussão metodológica. In: WILTON, Mauro (Org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

LOPES, M. Immacolata V. de; BORELLI, Silvia H. S.; RESENDE, Vera da R. *Vivendo com a telenovela*. São Paulo: Summus, 2002.

LOPES, Maria Immacolata. Recepção dos meios, classes, poder e estrutura. *Comunicação e Sociedade*, n. 23, p.99-110, 1993.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000.

MARTINO, Luís M. S. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da. *Identidades fragmentadas: a construção discursiva de raça, gênero e sexualidade*. Campinas (SP): Mercado de Letras, 2002.

MORLEY, David. *Television, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisión y educación: lo ensinado, lo aprendido y lo otro. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo (coord.). *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México (DF), 1996, p.143-172.

\_\_\_\_\_. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. La Plata (Argentina): Universidad Nacional de la Plata; Jalisco (México): IMDEC, 1996b.

OYAMA, Thaís. A divisão das classes. *Veja*. São Paulo, n.26, p.104-106, 2 de julho 2003.

POCHMANN, Marcio et. al. (Orgs). *Atlas da exclusão social, vol. 5: agenda não liberal da inclusão social no Brasil*. São Paulo: Cortez, 2005.

PORTELA, Graça. A ofensa por trás da brincadeira. *Família Cristã*, n. 823, p. 48-50, julho de 2004.

QUADROS, Waldir J. de, ANTUNES, Davi J. N. Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. *Cadernos do CESIT*, n. 30, out. 2001. Disponível em <<http://www.eco.unicamp.br/publicacoes.html>>. Acesso em 14 jul. 2004.



ROMANO, Maria Carmem J. *Representação do popular e campo da telenovela: um close em Benedito Ruy Barbosa*. 1999. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica/SP, São Paulo.

RONSINI, Veneza M. *O consumo da cultura: mídia, estilos juvenis e classes sociais*. Relatório de pesquisa. Santa Maria (RS), 2005.

\_\_\_\_\_. *Entre a capela e a caixa de abelhas (identidade cultural de gringos e gaúchos)*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

\_\_\_\_\_. Miniaturistas en campo. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, v. IX, n. 17, junio 2003, p.41-56.

SENA, Ércio. Fala e experiência dos jovens do Aglomerado da Serra na relação com a escola pública. In: FRANÇA, Vera (org.). *Imagens do Brasil. Modos de ver, modos de conviver*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002, p. 47-85.

SOUZA, Jessé. *A construção social da subcidadania. Para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2003.

SPOSITO, Marília. Algumas reflexões e muitas indagações sobre as relações entre juventude e escola no Brasil. In: ABRAMO, Helena; BRANCO, Pedro Paulo Martoni. *Retratos da juventude brasileira* (org.). São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2005, p. 87-127.

STRAUBHAAR, Joseph. As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. In: LOPES, Maria Immacolata V. de. *Telenovela. Internacionalização e interculturalidade*. São Paulo: Loyola, 2004, p.75-110.

VAZ, Paulo B. F.; MENDONÇA, Ricardo F.; ALMEIDA, Sílvia C. Pereira de. Quem é quem nessa História? Iconografia do livro didático. In: FRANÇA, Vera (org.). *Imagens do Brasil. Modos de ver, modos de conviver*. Belo Horizonte: Autêntica, 2002, p. 47-85.

VEIGA, Aida. Criança pensando como gente grande. *Revista Veja*, São Paulo, n.21, p. 70-72, 16 de maio 2001.

WEBER, Andréa; RONSINI, Veneza. *Consumo midiático e a mediação da escola na formação das identidades juvenis*. In: XIX Jornada Acadêmica Integrada, 2004, Santa Maria: UFSM, 2004.