



Identities stigmatized in ideologies: the representation of the favela and its residents, in journalism and telenovela.¹

Cândida de Oliveira²

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC

Larry Wizniewsky³

Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ

RESUMO

Este artigo aborda o processo de construção da *identidade* no contexto contemporâneo cujas características são, em grande parte, delimitadas pela atuação da mídia. Observa-se a importância da diferença e da representação nesse processo construtivo e, a partir disso, explora-se, o conceito de *estigmas sociais* a fim de ressaltar as dificuldades que alguns indivíduos e/ou grupos enfrentam para re-afirmar suas identidades. Tendo como foco de estudo a televisão, busca-se refletir, teoricamente, sobre o papel que as representações midiáticas desempenham nas transformações identitárias. Observa-se, a partir disso, a construção de representações midiáticas articuladas aos estigmas em dois gêneros televisivos distintos: no telejornal e na telenovela. Por fim, analisa-se a representação da *favela* e de seus moradores na telenovela “Viver a Vida”, exibida pela TV Globo.

PALAVRAS-CHAVE: estigmas sociais; identidade; televisão; representação; favela

Considerações Iniciais

As tecnologias e meios de comunicação de massa gerados no amparo da modernidade e inseridos durante o século passado conservam, na atualidade, um grau de distinção ainda insubstituível. Conforme afirma Martín-Barbero (2006, p. 56), nossa sociedade até pode “assimilar com certas facilidades as imagens de modernização que as mudanças tecnológicas propõem, mas é em outro ritmo, bem mais lento e doloroso, que podem recompor seus sistemas de valores, de normas éticas e virtudes cívicas”. Nesse sentido, apesar do conjunto de transformações e mudanças tecnológicas mais recentes, as mídias massivas continuam desempenhando papel relevante no processo de re-organização social e cultural.⁴

¹ Artigo apresentado na Divisão Temática “Comunicação Audiovisual”, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Social, Jornalismo pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - UNIJUÍ. Mestranda em Jornalismo, na Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. E-mail: candy.ijui@gmail.com

³ Professor Mestre da UNIJUÍ, orientador da pesquisa.

⁴ Segundo Orozco (2006), a transição de tecnologias e as transformações sociais desencadeadas nesse processo não envolvem apenas fatores técnicos ou instrumentais, mas, sobretudo socioculturais e perceptivos. Para o autor, a chegada de um novo meio ou tecnologia não supõe necessariamente ou imediatamente, a suplantação do anterior, pois as novas tecnologias demandam um tempo de aprendizagem e apropriação além de provocar outras mudanças que também requerem reajustes e re-acomodações por parte dos usuários. Demandam, também, uma atenção diversificada e, mesmo que possam atender melhor à satisfação de uma ou mais necessidades, não podem atender a todas. Além disso, em algumas sociedades não há poder aquisitivo para acompanhar o desenvolvimento tecnológico que é oferecido no mercado.



A televisão, mais do que qualquer outro meio de comunicação de massa, se tornou capazes de criar uma “segunda realidade” que tende a se tornar “efetiva”: as imagens midiáticas atuam nos imaginários de modo a re-formular idéias e valores, comportamentos e atitudes, opiniões e percepções; oferecem visibilidade aos indivíduos e/ou grupos; ratificam a existência destes e, assim, estabelecem condições necessárias à construção de identidades.

Diante disso, este artigo aborda o processo de construção da *identidade* no contexto contemporâneo, cujas características são, em grande parte, delimitadas pela atuação da mídia. Observa-se a importância da diferença e da representação nesse processo construtivo e, a partir disso, explora-se, o conceito de *estigmas sociais, estereótipos e preconceitos*, a fim de ressaltar as dificuldades que alguns indivíduos e/ou grupos enfrentam para re-afirmar suas identidades em um contexto que acaba sempre solapando as diferenças.

Tendo como foco de estudo a televisão, busca-se refletir, teoricamente, sobre o papel que as representações midiáticas desempenham nas transformações identitárias. Observa-se, a partir disso, a construção de representações midiáticas articuladas aos estigmas em dois gêneros televisivos distintos: no telejornal e na telenovela. Por fim, analisa-se a representação da *favela* e de seus moradores na telenovela “Viver a Vida”, exibida pela TV Globo.

A construção da identidade no contexto contemporâneo

No senso-comum a identidade é entendida como uma afirmação daquilo que se é, como se as características que nos identificam fossem independentes, autônomas. Essa idéia, cujo sentido remete à concepção de um “sujeito cartesiano”, faz crer que a referência está no próprio sujeito e nesse sentido, a identidade é “autosuficiente”; ela simplesmente existe. Todavia, os avanços teóricos e as transformações sócio-culturais ocasionadas pelo fenômeno da globalização provocaram a “crise da identidade” ou, a “perda do sentido de si”⁵. Surge, assim, uma nova compreensão à identidade ancorada na idéia de um sujeito fragmentado, volátil, instável, líquido e, ao mesmo tempo, híbrido, poliglota, multicultural.⁶

Conforme explica Hall (2002), a identidade está ligada à sensação de *pertencimento* à história (ou a determinadas condições de existência) – e não de submissão a ela. São, pois, os sistemas de representação cultural em determinados contextos sócio-históricos que fornecem as referências necessárias à construção da identidade. O autor destaca que a identidade não

⁵ O deslocando e transferência de poder exercido por instituições centrais/tradicionais (como o Estado, a família e a igreja, por exemplo) para as forças do mercado, bem como a fragilização e desestabilização daquilo que antes considerávamos como fixo, ajudaram a fragmentar cenários culturais diversos (de classe, gênero, sexualidade, etnia e nacionalidade) e, conseqüentemente, transformaram as identidades. (BAUMAN, 2005; HALL, 1997, 2002; MARTÍN-BARBERO, 2006).

⁶ Ver em Bauman (2005), Canclini (1995), Giddens (1991, 2002), Hall (1997, 2000, 2002), Martín-Barbero (2001, 2006).



tem a ver com “quem nos somos” ou “de onde nós viemos”, mas sim, com questões do tipo: “quem nos podemos nos tornar”, “como temos sido representados”, “como essa representação afeta a forma como nós podemos representar a nós próprios” (Id. *Ibidem*, p. 109). Os traços que compõem/identificam as identidades não são, portanto, estabelecidos *a priori* (como códigos genéticos); mas em constantes processos de re-afirmação e re-significação, os quais se organizam a partir das *representações*⁷, cujas significações simbólicas são socialmente atribuídas a nós passando a constituir nossa identidade.

Para Giddens (1991, 2002) a construção da identidade se sustenta, no contexto atual, pela reflexividade (institucional) que prevalece em detrimento da referencialidade (ancorada nas tradições). A identidade se torna um “projeto reflexivo”⁸. Ela se constrói de acordo com as informações que chegam até nós através das instituições modernas, as quais atuam gerando essa espécie de segurança e uma relação de confiança, da qual os sujeitos acabam criando certa dependência. Uma espécie de *elo* para substituir a referencialidade perdida.

Na atualidade, as mídias e especialmente a mediação videotecnológica produzida pela televisão fornecem as bases para a formação da identidade. Na medida em que provocam a reorganização espaço-temporal alteram o ritmo da vida social contemporânea produzindo influências que ajudam a criar a *historicidade mediada*, a *mundanidade mediada*, a *sociabilidade mediada* (THOMPSON, 1998). A fragmentação dos acontecimentos por meio do *efeito colagem* e da transmissão de eventos distantes que passam a fazer parte do cotidiano funcionam como *expressões* e, ao mesmo tempo, *instrumentos* de tendências globalizantes, produzindo uma miscelânea de processos antagônicos como a reapropriação e a expropriação, o acesso ao poder e a perda, a aceitação e a rejeição etc. (GIDDENS, 2002).

De acordo com Orozco (2006), a *representação midiática* (assim como a virtualidade) cresce vertiginosamente, consolidando-se como produto e processo comunicativos, mas ao mesmo tempo, como mediações privilegiadas para *conhecer, sentir e gostar*. Nesse sentido, geralmente espetaculosas e fetichistas, as narrativas midiáticas atuam no imaginário social como desejos de consumo – de bens, de corpos, de estilos de vida – que podem ser “adquiridos” por meio de modernas receitas, cujos resultados (comprovados por especialistas!) significam a resolução dos problemas da vida. Padrões estereotipados funcionam, assim, como promessas de felicidade que se converteram em referenciais, os quais devem ser reproduzidos na vida cotidiana. Esses padrões servem muito mais para aquecer e

⁷ “É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e aquilo que somos (...). A representação, compreendida como um processo cultural estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?” (WOODWARD, 2000, p. 17).

⁸ A experiência com a mudança rápida, ampla e constante requer uma ação altamente reflexiva com base nas informações cotidianamente recebidas e que advém dos sistemas e instituições modernas, como a mídia.



alimentar a relação entre os consumidores e o mercado, pois os indivíduos buscam atingir o ideal através do consumo.⁹ Vinculada aos setores sócio-econômicos globais e inserida na lógica do mercado, a mídia é utilizada, dessa forma, para fomentar o consumismo, promover o faturamento das indústrias e manter o sistema capitalista.

As identidades se constroem, dessa forma, estruturadas e dominadas pelo contexto de uma cultura industrializada, materialista, efêmera, banalizada, espetacular e consumista, cujas produções midiáticas multiplicam, nas aparências ilusórias, os papéis a escolher. Segundo Bauman (2005), estamos diluídos no universo da globalização e constituímos nossas identidades (globais) de acordo com aquilo que consumimos. Mas, se por um lado as identidades podem se tornar globais, de outro podem se tornar, facilmente, descartáveis, anuladas, estigmatizadas. A tendência é o isolamento e o assombro da exclusão, quando os indivíduos se sentem incapazes de acompanhar e corresponder aos estereótipos criados pela globalização e sustentados pelos sistemas midiáticos.

No entendimento de Martín-Barbero (2001) existe, na mídia, uma capacidade de interpelação que perpassa o âmbito político e cultural, a qual somente pode ser avaliada em termos de imagens veiculadas e em relação às demandas sociais e culturais. Essas demandas colocam “em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas [e individuais] e os modos como elas se alimentam de, e se projetam sobre, as representações da vida social oferecidas pela televisão” (Id. *Ibidem*, p. 40).

A tevê oferece, deste modo, a base na qual as identificações irão se formar. Constituídas de novas sensibilidades, as identidades tendem a misturar de forma confusa elementos dispersos e descontínuos do mundo atual, no qual convivem “gestos atávicos, resíduos modernistas e vazios pós-modernos” (Id. *Ibidem*, p. 43)¹⁰. A oferta de representações se torna tão confusa quanto à escolha que *necessitamos* fazer. *Necessitamos* porque não há como fugirmos dessa condição. A construção da identidade é como uma “afirmação necessária” para nos organizarmos diante da vida e do contexto em que estamos inseridos.

A construção da identidade passa, também, por dois sistemas de classificação¹¹: a diferenciação e a marcação simbólica, acionados pelas representações. Conforme Woodward (2000), a diferenciação social provoca um processo de negação, pois à medida que uma

⁹ Conforme Samarão e Furtado (2008), ancorados em Bauman, a sociedade atual se baseia na crença de que é impossível satisfazer plenamente os desejos, pois cada ato visando satisfazê-los deixa muito a desejar e é possível sempre aperfeiçoá-lo. Assim, sempre há o que desejar e consumir. Por isso, o efêmero e o consumo são valores culturais de nossa sociedade atual. São eles que alimentam o mercado e a economia do capital.

¹⁰ A televisão retoma contextos e comportamentos passados, articulando-os com idéias e valores do presente, que por sua vez são *linkados* a previsões futuroológicas. E tudo isso numa velocidade exacerbada sem tempo para reflexões.

¹¹ Segundo Erving Goffman (1975), a tendência de categorizar indivíduos e grupos é um processo natural que a sociedade sustenta para facilitar os contatos e a organização das relações sociais. No entanto, o autor alerta que a categorização, se constituída de forma rígida e inflexível, pode torna-se fonte inesgotável de preconceitos e visões estereotipadas dos sujeitos.



identidade é afirmada, outras são negadas. A diferenciação trata dos domínios de inclusão e exclusão existentes em cada identidade, são limites entre uma identidade e outra; fronteiras marcadas pela diferença.

A marcação simbólica, por sua vez, é a própria marca da diferença que é mostrada na representação de determinada identidade. Essa marcação é que dá “... sentido às experiências das divisões e desigualdades sociais e aos meios pelos quais alguns grupos são excluídos e estigmatizados” (WOODWARD, 2000, p. 19). Ou seja, dependendo da forma como a diferença (aquilo que distingue uma identidade da outra) é representada, sentidos pejorativos podem ser atribuídos à identidade. A diferenciação e a marcação simbólica tanto podem incluir como podem excluir/segregar, estigmatizar identidades. No entanto, esses dois processos são necessários e fundamentais para a construção das identidades, pois são eles que permitem dar significado e sentido à elas. A identidade e a diferença estabelecem, assim, uma relação complexa¹².

Tadeu Tomaz da Silva (2000, p. 81) enfatiza que as identidades “... não convivem harmoniosamente, lado a lado, em um campo sem hierarquias; elas são disputadas. Na disputa pela identidade esta envolvida uma disputa mais ampla por certos recursos simbólicos e materiais da sociedade”. A afirmação das identidades deve ser vista, portanto, não apenas como uma questão social e cultural, mas também como uma questão econômica, alicerçadas em sistemas que incluem ou excluem, que demarcam de fronteiras, que classificam e/ou normalizam. Com efeito, o autor conclui: “quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade” (Id. Ibidem, p. 91). O poder da representação inclui, portanto, significados que podem definir quem é incluído e que é excluído da sociedade.

Estigmas sociais: preconceito e exclusão na construção de estereótipos

Observando as interações sociais, Erving Goffman (1975) concebe três noções de identidade: *pessoal*, *social* e do *eu*. Articulando esses três conceitos ao de *comportamento desviante*¹³, o autor introduz a concepção de estigmas como mecanismos que atuam deteriorando identidades, pois corroboram para a construção de estereótipos.

¹² Hall (2000, p. 112) destaca que, “as identidades são as posições que o sujeito é obrigado a assumir, embora ‘sabendo’ (...), sempre, que elas são representações” e que essas representações, no entanto, são constituídas ao longo de uma falta. Na representação da identidade, portanto, subjaz sempre um processo simbólico e discursivo que marca as diferenças percebidas a partir do lugar do outro.

¹³ Aquele que foge à normalidade instituída pela sociedade. Trata-se da discrepância entre as dimensões da identidade social. Os desvios são publicamente reconhecidos pela sociedade, e dependendo da forma como são abordados, podem funcionar como um controle social, implicando na discriminação e exclusão social. A perspectiva que nega a diferença e que não tolera o desvio é a tentativa de normalizar o desviante e enquadrá-lo na identidade social virtual (estereótipo/padrão).



Segundo Roberto Baccila (2008), ancorando-se em Goffman, os estigmas são formados por “aspectos objetivos”, tais como: características distintas (raça, sexo), atos e comportamentos religiosos, visível pobreza, dentre outros. Esses aspectos estão ligados a uma “valoração subjetiva negativa”. Assim, por exemplo, ser pobre pode significar, também, ser ruim; ser mulher é ser inferior ao homem; ser deficiente físico é não possuir capacidade para trabalhar como um “normal” etc. O autor define o estigma como “um sinal ou marca que alguém possui que recebe um significado depreciativo. (...) não se trata somente de atributos físicos, mas também da imagem social que se faz de alguém...” (Id. *Ibidem*, p. 24). Nesse sentido, os estigmas atuam como regras que permitem controlar, menosprezar, humilhar a pessoa que possuiu um atributo que a torna diferente dos demais. São como regras falsas, “*meta-regras*”, que passam a ditar nas mentes dos sujeitos uma valoração negativa em relação aos indivíduos estigmatizados.¹⁴ Quando reforçarmos os estigmas, adverte o autor, estamos produzimos o “defeito” moral, o preconceito em relação às diferenças. Com isso, todos os indivíduos que não se enquadram no modelo de comportamento, no estereótipo criado pela sociedade, tendem a se sentir, de certo modo, estigmatizados.

Conforme Rosana de Lima Soares (2006, 2008), o estigma não corresponde à noção de preconceito ou estereótipo, ainda que seja, freqüentemente, associada a ele. Embora possuam forte conotação negativa, os estigmas não se dirigem a um grupo específico de excluídos ou modelos cristalizados utilizados para definir grupos. A autora escreve:

Os estigmas, em seu jogo de oposições, definem-se como aquilo que *está onde não deveria estar*. (...) marca indelével, sinal ultrajante: o estigma é aquilo que isola o diferente e, ao fazê-lo, demarca o campo social. Sua origem remete ainda à cicatriz e àquilo que, tomado em seu conjunto, opõe-se como desvio ao que é estabelecido como norma. Na base das relações sociais e seu laços, estão os estigmas; entre cada um e todos os outros, entre um grupo e outro grupo, os processos de identificação (re)agrupam os sujeitos em lugares determinados, estabelecendo diferenças, demarcações (SOARES, 2006, p. 41).

Nesse sentido, os estigmas sociais provocam posicionamentos de uns indivíduos e/ou grupos em relação a outros. Provocam sentimentos e reações, que variam desde o distanciamento até o de pertencimento, dentre outros, tais como ódio, medo, culpa, aversão, intolerância, simpatia, compaixão etc. Desta forma, atuam ditando regras de comportamento, de atitudes e opiniões que os “normais” devem ter, frente a uma pessoa, ou grupo “diferente”.

¹⁴ Pelo fato do sujeito não atender aos estereótipos cria-se outros rótulos que o classificam como um “ser inferior”, “anormal”. Julgamentos (ainda que de forma inconsciente) são produzidos sobre atributos específicos (ou devido a sua falta) geralmente de forma depreciativa e diminutiva, provocando o descrédito social do sujeito e sua humilhação.



Eles operam “simultaneamente, como fatores de inclusão e exclusão, de estabelecimento de igualdade ou desigualdades”, conforme afirma Soares (2008, p. 2).

A representação de estigmas pode, tanto reforçar, quanto transpor as marcas que constituem as gêneses dos indivíduos e/ou grupos. A autora explica que quando os estigmas representados provocam um *estranhamento* enseja gerar uma transformação, uma superação dos pré-conceitos relacionados a esses estigmas. Todavia, quando a representação estiver reafirmando uma condição que não está “fora dos padrões” culturais e sociais vigentes, os indivíduos tendem a não percebê-los, o que provoca a manutenção e o fortalecimento dos pré-conceitos associados ao estigma representado. Ao serem reforçados, os estigmas atuam criando estereótipos (padrões de identidades) e preconceitos, os quais acabam por excluir, segregar indivíduos e/ou grupos. Em última instância, os estigmas se revestem de relações de força e poder presente nas representações, ferindo a igualdade entre as sujeitos.

Videologias: representações midiáticas como mitos e ideologia

Segundo L. Samarão e P. C. Furtado (2008), o conjunto de representações construídas a partir da relação entre imagem, mídia e sociedade, promovem uma “força cultural” e, por isso, são utilizadas, cada vez mais, “com intuito de fazer ‘crer’, criando fenômenos totalmente midiaticizados (...). Nasce, então, a sociedade do ‘parecer ser’, na qual a mídia forma padrões de identidade” (Id. Ibidem, p. 41). Pierre Bourdieu (1997, p. 28), por sua vez, afirma que “a imagem tem a particularidade de poder produzir (...) o *efeito do real*, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver. Esse poder de evocação tem efeitos de mobilização. Ela pode fazer existir idéias ou representações, mas também grupos”. Nesse sentido, a televisão, assim como outros meios não espelham o real, mas fornecem as bases para construí-lo ¹⁵.

Para Martín-Barbero (2001, 2006) a televisão se caracteriza pela hibridização entre a *tecnicidade* e a *visualidade*. Essa mistura ultrapassa a questão tecnológica, conferindo poder às imagens televisivas, as quais adquirem “status” de resgate e criação. As tecnologias alteram as formas de produção e distribuição dos sistemas simbólicos dando ênfase à visualidade. As imagens multimídias não são, desse modo, apenas estruturas tecnológicas; mas antes mediações que transformam as práticas sócio-culturais de produção e circulação de informações, significações e sentidos. Deslocalizando saberes e modificando a construção de significantes e significados, as imagens televisivas constituem as narrativas identitárias.

¹⁵ A familiarização gerada pela televisão produz, segundo Giddens (2002), até mesmo sensações de “inversão da realidade”, no sentido de que a existência do objeto ou evento tende a se tornar mais concreta quando representada pela mídia.



Na visão de Orozco (2006) a mediação videotecnológica proporcionada pela televisão apóia-se em virtudes implícitas que o meio possui. A “instantaneidade, verossimilhança e alta fidelidade (...) conferem veracidade à evidência visual, ao mesmo tempo que a colocam “diante dos olhos do telespectador”, ancorando sua naturalização e legitimidade em sua ancestral (e bíblica) confiança no que vêem” (Id. Ibidem, p. 91). Deste modo, as formas pelas quais somos informados, os modos como nossas emoções são mobilizadas, as estratégias de construção de sentidos na televisão, a sensação de atualidade e amplitude da informação, entre outros métodos e características são sustentadas pela crença de que a tevê narra/mostra a “a vida como ela é” através das imagens que veicula como espelho/retrato fiel da realidade.

Nas palavras de Eugênio Bucci e Maria Rita Kehl (2004), a televisão produz e dissemina *videologias*: uma espécie de aliança entre *ver*, *ideologia* e *mitologia*¹⁶. A experiência do ver, perpassada pela mediação videotecnológica produzida pela televisão, causa uma sensação mítica, como se suas representações fossem espelhos da realidade e/ou reflexos de identidades. Deslizando e misturando significações de ficção e realidade, tanto o telejornal quanto a telenovela desencadeiam essa sensação mítica. Ambos se classificam como gênero melodramático e, visivelmente, espetacular.

O telejornal, mais que o jornalismo impresso, tem de entreter. O tempo todo. (...) A cor é obrigatória. O movimento é obrigatório. O retumbante é obrigatório. É por isso que o principal critério da notícia é a imagem. Se não há uma imagem impactante, dificilmente o fato merecerá um bom tempo no telejornal. O apresentador de telejornal é outro ingrediente-chave. Ele desenvolve como telespectador um vínculo de familiaridade como se fosse um ator, um astro. Vivemos num tempo em que jornalistas da TV são celebridades, são símbolos sexuais (BUCCI, 2000, p. 29).

Nesse sentido, não adianta a notícia ser meramente informativa; ela deve ter forte apelo emocional justamente para chamar a atenção, fazer o telespectador surpreender-se. Nesses moldes o telejornalismo prende literalmente o telespectador na frente da tela e cria (falsos) laços afetivos. Na opinião do autor, também é por isso que o telejornal, nas emissoras de canal aberto, é colocado na grade de programação próximo das telenovelas. Nesta seqüência, eles desenvolvem mais a função emocional. Em uma análise do “Jornal Nacional”, da emissora TV Globo, o autor sugere que as regras são simples: existe “um permanente conflito entre bem e mal, que culmina no ‘boa noite’, com um *happy end* de preferência. Em cada bloco, ou a cada dois blocos, o bem vence o mal” (Id. Ibidem, p. 31). Assim o telejornal

¹⁶ O termo “Videologias”, segundo Bucci e Kehl (op. cit., p. 16) “é um trocadilho em aberto, cujo significado se consoma quando contraposto ao significado das mitologias barthianas ou ao significado do termo ideologia”. Conforme os autores, na obra “Mitologias” (1957) Roland Barthes compreende mito como um sistema criador de significações indiscutíveis que mascara o desamparo do ser humano no reino da linguagem. Em seu estudo, o sistema de signos que compõem o imaginário das sociedades industrializadas (re)trabalhados pelos meios de comunicação de massa corresponderia aos mitos modernos.

rege-se pela *melodramática habitual*: fala um pouco à cabeça, mas muito mais “ao coração”.

O apelo à emoção é destacado por Bourdieu (1997) como um mecanismo que dá ao jornalismo um poder de “evocação” e de “mobilização” muito grande ¹⁷. Desta forma, dependendo da forma como se apresentam os acontecimentos a televisão pode criar “fantasias, medos, fobias ou, simplesmente, representações falsas” (Id. Ibidem, 26). Pode incentivar manifestações de atos violentos e preconceituosos por aqueles que se sentem mobilizados e de certa forma “seduzidos” pelo “linchamento simbólico” que aparece na tevê.

Para Bourdieu os jornalistas possuem “‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem” (Id. Ibidem, p. 25). Esse princípio, no entanto, conforme explica Bourdieu, não é percebido pelo jornalista, mas é responsável por organizar o conteúdo que ele busca e divulga ¹⁸. O autor observa que quanto mais um meio de imprensa pretende atingir um público extenso, ampliando sua difusão, mais se preocupa em “conformizar”, não “chocar” ninguém. Dessa forma, o trabalho jornalístico se torna, cada vez mais, homogêneo, banalizado, dando-se preferência pelos chamados assuntos coletivos ou “variedades” ¹⁹ (notícias banais e insignificantes que se encaixam na programação de forma conveniente: para “atender as expectativas do público”).

As “variedades” servem, na verdade, para ocultar informações que de fato são importantes para a sociedade. Trata-se de um “ocultar mostrando”, isto é, a televisão mostra coisas diferentes das que precisaria mostrar para, de fato, informar; ou então, ela mostra o que é preciso, mas de tal forma que o fato/sujeito adquire sentido irrelevante uma vez que a representação construída não corresponde com a realidade efetiva. O que, de fato, importa é despertar no telespectador “um interesse de simples curiosidade, e que não exige nenhuma competência específica prévia, sobretudo política” (Id. Ibidem, p. 73). Por isso a maior cobertura e espaço no telejornal é dada sempre aos eventos esportivos, assuntos banais e “variedades”, tais como acontecimentos “ritualizados” (catástrofes naturais, acidentes, mortes, incêndios, dentre outros) ou “engraçados” da vida política, o que acaba por produzir um vazio político, despolitizando e reduzindo a vida social a piadas e falatórios. O modo de construção da notícia segue, pois, uma “censura invisível” que transforma a tevê em um “instrumento de manutenção da ordem simbólica”, conforme afirma Bourdieu (1997, p. 20).

¹⁷ Conforme Bourdieu (1997, p. 65), existe um falso moralismo que guia a atuação das pessoas da tevê, as quais “tornaram-se pequenos diretores de consciência que se fazem (...) os porta-vozes de uma moral tipicamente pequeno-burguesa, que dizem ‘o que se deve pensar’ sobre o que chama de ‘problemas da sociedade’, as agressões no subúrbio ou a violência na escola”.

¹⁸ Para Bourdieu (op. cit.), os jornalistas são profissionais propensos a fazer esse tipo de seleção, devido a sua formação, visão de mundo e disposição, e ainda, conforme as categorias de percepção pessoal. No entanto, sua leitura da realidade é submetida, sempre, ao princípio da seleção que norteia a mídia: a busca do sensacional, do espetacular. A televisão convida, assim, à *dramatização*: exagera na importância/gravidade e no caráter dramático/trágico dos acontecimentos postos em cena.

¹⁹ “As notícias de variedades [que tratam de “sangue e sexo”, “drama e crime”, pois sempre deram audiência] consistem nessa espécie elementar, rudimentar, da informação que é muito importante porque interessa a todo mundo sem ter consequências e porque ocupa o tempo” (BOURDIEU, 1997, p. 23).

Tanto o telejornalismo quanto a telenovela se inserem como rituais cotidianos na vida social. Todavia, enquanto no telejornalismo predomina a narrativa espetacular, notícias que se enchem de fantasia tecnológica, na telenovela ocorre uma hibridização de narrativas, o que a faz parecer “mais” representativa da realidade.

O que acontece com as pessoas diante da telenovela é o que ocorre em relação à ficção, em geral. As narrativas ficcionais (...) têm este poder de nos apresentar o mundo em que vivemos de uma forma mais ou menos organizada, mais ou menos transparente – coisa que o mundo, na verdade, não é – de modo a nos permitir uma identificação imaginária com as alegrias e sofrimentos dos personagens. A boa narrativa nos transporta ao mundo ficcional, e com isso também organiza uma versão fictícia, eu diria mitológica, da nossa realidade social. As telenovelas, domésticas, cotidianas, misturam à vida normal das pessoas, essas outras vidas banais, corriqueiras e ao mesmo tempo excepcionais. O poder da imagem é ainda maior do que o da narrativa em palavras; por isso a telenovela é um dispositivo mitológico e também ideológico (KEHL apud DIVERSIDADE, 2005, n.p.).

A telenovela é, assim, o formato televisivo que mais propicia a identificação. Ao fazer mesclas entre realidade e ficção, a telenovela consegue estabelecer uma troca/um intercâmbio de posições entre autor, personagens e telespectador. A atenção do telespectador é atraída de tal forma que este parece mergulhar em uma “(ir)realidade cotidiana”: os desfechos e personagens, os jogos de poder presentes nas representações, entre outros aspectos passam a fazer parte da vida cotidiana do telespectador como se ele próprio fizesse parte da trama. Essa confusão entre relato e realidade implica na construção de identidades sustentadas pelo reconhecimento imaginário que o telespectador faz do lugar representado e a partir do qual se projeta para o futuro.

Segundo Martín-Barbero (2001) a telenovela brasileira segue, desde o seu nascimento, uma lógica moderna constituída por ambigüidades e complexidades históricas. As referências de tempo e lugar incorporam “um realismo que permite uma ‘cotidianização da narrativa’ e o encontro do gênero com a história e com algumas matrizes culturais do Brasil” (Id. Ibidem, p. 120). Trata-se de um esquema rígido, como um rito constituído “ por imaginários de classe e território, de gênero e de geração (...). Os personagens se libertam, em alguma medida, do peso do destino e (...) se aproximam das rotinas cotidianas e das ambigüidades da história, da diversidade das falas e dos costumes” (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 121).

Essa lógica mistura literatura, conhecimentos populares e divisões sociais. Conforme explica o autor, a telenovela latino-americana sempre teve seu lado social, introduzindo os ritmos sociais que, no início representavam o fosso entre ricos e pobres, entre cidades e campos e, mais atualmente, assuntos ligados à agenda pública, tais como o narcotráfico, a crise da política, a corrupção e a pobreza. Entretanto, conforme explica o autor, o social não



surge na narrativa novelesca como um problema de conteúdo televisivo, e sim como um *estilo de contar*: a presença da tradição é vista sob uma ótica cultural “moderna”, através das alterações de estilo, representadas pelo “excesso da composição das imagens e sons, a ironia, a presença constante da paródia, a colagem, a acumulação de situações, enfim, certo ecletismo” (Id. Ibidem, p. 173). A narrativa da telenovela permite, assim, que as massas se apropriem da modernidade, incorporando novas linguagens e novas escritas, mas sem deixar de lado aspectos culturais essencialistas²⁰.

O gênero *novelesco*, *carnavalesco*, de *melodramática habitual*²¹ mistura o “relato primordial”, entendido enquanto rito e mito, para explorar o campo da cultura oral, das lendas dos heróis e vilões, dos mistérios e histórias de terror, obrigando o telespectador a tomar partido, uma ação frente à experiência da fragmentação. Entretanto, ao reforçar a herança cultural e histórica essas representações podem, de um lado, ajudar a re-afirmar identidades, mas, de outro, criar espaço à manutenção do preconceito por meio de estereótipos.

Bucci (2000, p. 32) afirma que a televisão “*reproduz a exclusão social e o preconceito social à medida que integra*”. Quando a televisão representa a identidade nacional, por exemplo, ela tenta unificar e ao mesmo tempo está dissimulando o que o Brasil de fato é. Essa representação unificada, na verdade, não passa de uma redução idealizada pelas classes de elite que detém maior poder econômico e de controle das mídias. Os demais indivíduos e/ou grupos sociais não tem espaço na televisão; “*todos são excluídos do cardápio visual oferecido ao público. E quando aparecem, vem para saciar o escárnio do preconceito*” (Id. Ibidem), como podemos ver na representação da favela, tanto no jornalismo, quanto na telenovela.

A representação estigmatizada da favela, do telejornalismo à telenovela

No telejornalismo, a representação da periferia, denominada “favela” pode ser considerada uma das representações midiáticas mais estigmatizadas na contemporaneidade. Frequentemente de caráter sensacionalista, as manchetes apelam à violência, às rebeliões (destacando-se incêndios a automóveis) e a ação da polícia no combate aos traficantes e bandidos, como se no subúrbio só existisse esse tipo de ação e indivíduo. Além de já sofrerem preconceito na sociedade pela condição econômica, a estigmatização é constantemente reforçada pela atividade jornalística distorcida e associada a outras atividades, como a da

²⁰ O fundamento essencialista, permite buscar legitimar/afirmar a identidade “por referência a um suposto e autêntico passado – possivelmente um passado glorioso, mas, de qualquer forma, um passado que parece ‘real’ – que poderia validar a identidade que reivindicamos” (WOODWARD, 2000, p. 27).

²¹ As telenovelas da TV Globo, por exemplo, parecem ter uma fórmula indispensável de *melodramática habitual*: um amor impossível, muitos encontros e desencontros, traições, histórias paralelas, envolvendo drogas e confusões familiares, núcleos com personagens populares, entre outras temáticas sociais (MARTÍN-BARBERO, 2001).



polícia que, por si só, é uma atividade que contém em seu cerne a ordem e repressão social.

Não é difícil identificar representações da favela e de seus moradores de forma estigmatizada também na ficção. A novela *Viver a Vida*, de Manoel Carlos, por exemplo, que foi ao ar na emissora TV Globo no período de 14 de setembro de 2009 a 14 de maio de 2010, retoma o tema da violência no Rio de Janeiro, representando a favela e seus moradores na estória vivida pelos personagens Benê (Marcelo Mello) e Sandrinha (Aparecida Petrowsky).

Na trama, Benê é namorado de Sandra e é representado como mau-caráter e marginal. Mora na favela, já teve passagens pela polícia e está sempre envolvido com as pessoas erradas. Apesar de gostar de Sandrinha, seu objetivo é levar vantagem sempre, optando pelo caminho “mais fácil”, o caminho do crime. Sandrinha é filha de Edite (Lica Oliveira) e irmã caçula de Helena (Taís Araújo). A família dela tem boas condições econômicas, pois a irmã é modelo famosa. A mãe tem uma pensão em Búzios, mas Sandrinha passa temporadas na casa da irmã, no Rio de Janeiro. No início da trama, vive se metendo em confusão ao lado do namorado – na primeira cena na favela aparece fugindo da polícia – até que engravida e volta para a casa da mãe.

Já no primeiro capítulo, o ambiente da favela aparece hostilizado. Benê e Sandrinha, correndo por vielas estreitas e outros lugares do morro, fogem da polícia. Mas a violência é reforçada quando a polícia captura Sandrinha e após ela conseguir fugir, no momento em que Benê debocha da polícia e utiliza como escudo uma suposta moradora da favela. Os policiais aparecem com armas em punho em meio aos moradores. Após essa cena inaugural, o ambiente da favela é representado novamente somente no meio da trama, quando Sandrinha, já com o filho José nos braços, decide morar com Benê no “barraco” do morro.

A partir disso, quase todas as cenas em que o casal aparece tem como cenário a favela. Imagens do morro, com os “barracos” amontoados, vielas e escadarias (geralmente de ângulos superiores), aparecem várias vezes no início das cenas, mas muitos acontecimentos se desdobram no interior do “barraco” onde moram Sandrinha, Benê e o filho José. Em 15 cenas das 26 analisadas, o apelo à violência é evidente (pelas agressões físicas, ameaças, uso de armas e perseguições); em outras 9 cenas reforça-se a desconfiança em relação aos moradores da favela, cuja imagem reforçada, personificada em Benê e seus amigos, é a da criminalidade e, no caso de Sandrinha, a “garota encrinqueira”, “mulher de bandido”. Apenas duas cenas são neutras, mas antecedem outras de violência exacerbada, como a cena de um tiroteio no morro, reforçando-se o medo, a angústia e a insegurança de morar na favela.

Na sinopse original da novela, Benê deixaria de ser bandido, após ser agredido dentro do seu próprio “barraco”, por outros marginais que querem um “acerto de contas”. Em



entrevista²², o autor teria revelado que “não acredita em casos perdidos”, por isso sua “intenção” era “salvar” Benê. Ele deixaria de ser bandido no momento em que Sandrinha saísse da favela, com o filho do casal nos braços. Nessa hipótese, supostamente se transporia o estigma do bandido, dando-lhe a segunda chance, mas a favela não deixa de ter uma imagem negativa. Sendo representada como lugar de bandido e traficante, ela deveria ser deixada “para trás”. No entanto, Manoel Carlos dá outro rumo para a estória de Benê e Sandrinha, cujo desfecho será o homicídio de Benê por bandidos rivais, na favela. Nas cenas direcionadas ao final trágico, “bandidos rivais” são os autores da violência no morro.

A valoração negativa da favela e seus moradores, entretanto, não está somente na representação imagética destes, mas também nos conceitos utilizados para definí-los. Em uma cena fora da favela, por exemplo, outros estigmas frequentemente vinculado à favela e seus moradores são reforçados: a raça e a pobreza. Nesta cena, a enfermeira, da clínica na qual Sandrinha ganhou o bebê, utiliza a cor da pele como argumento para definir quem tem “nível” para ser atendido em uma clínica particular e que não tem, devendo, portanto, ser atendido em hospital público. Subentende-se que pessoas negras fariam parte de uma “classe social” de um nível inferior e que, portanto, devem ser tratadas de modo diferente. Fortalece-se a idéia de separação entre pobres e ricos, negros e brancos, de modo que um grupo deve se afastar do outro na sociedade. Ainda, subverte-se a imagem do serviço público como lugar de “pobres” e, conseqüentemente, como serviço inferior, já que os pobres não podem pagar por serviço particular e de “qualidade”. Os estigmas são associados um ao outro, reforçando-os.

Buscando trazer para o debate público um problema real, o autor sintetiza no drama vivido por esses personagens a violência urbana nas favelas do Rio de Janeiro. No entanto, ao representar Benê como “bandido” que quando teve a oportunidade de se redimir foi morto, e Sandrinha como encrenqueira que, apesar dos conselhos que deu ao companheiro na tentativa de afastá-lo do crime, largou o “conforto” e a “paz” junto da família para se unir ao amado, a imagem da favela e de seus moradores é subvertida em estereótipos negativos. O fecho, pelo uso da violência, reforça o estigma do “bandido”, como aquele que “deve” morrer para pagar sua dívida junto à sociedade, e da favela, como lugar da criminalidade e da pobreza.

Do telejornalismo à telenovela, verifica-se, deste modo, que a representação da favela e de seus moradores é construída com base no “real”, como se não houvesse espaço para ambigüidades, equívocos ou erros. Tais representam acabam, no entanto, cristalizando e dando formas aos estereótipos que são incorporados pela sociedade como lógicas perfeitas. De fato, ao fazer de suas representações objetos de significação indubitáveis e invencíveis, a

²² Disponível em: <<http://www.abril.com.br/blog/viver-a-vida-novela/2010/03/bene-deixara-a-vida-do-crime-sandrinha-abandona-a-favela/>>



televisão tornar certas mensagens sagradas e imutáveis. Suas representações são transformadas em mitos que agem “confortando” o indivíduo frente aos problemas ditos “reais” e que sustentam a ideologia de que a narrativa televisiva é a própria realidade. Mensagens e idéias são inseridas no imaginário social e “validadas”. São mitos que se sustentam em narrativas *melodramáticas, novelescas, carnavalescas, espetaculares*.

O apelo à esses gêneros, no entanto, também serve para reforçar estigmas, pois acabam focando determinadas fragmentos da realidade que não auxiliam na transposição dos estigmas. Ainda que se busque promover um “debate” social sobre temas considerados polêmicos, a simples e suposta continuidade de uma leitura que se diz real à uma leitura ficcional, acaba criando representações identitárias estigmatizadas, as quais, podem gerar sentimentos e ações negativas no meio social, inclusive, mais violência. A tendência é que esses indivíduos e/ou grupos representados de forma estigmatizada se sintam excluídos da e pela sociedade. Como as representações dão suporte e sustentação à construção de identidades, esse sentimento, de fato, tende a se transformar em realidade.

REFERÊNCIAS

- BACCILA, Carlos Roberto. **Estigmas**. Um estudo sobre os preconceitos. 2ª ed. amp. Rio de Janeiro: Editora Lumen Juris, 2008. 266 p.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Entrevista a Benedetto Vecchi. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005. 110 p.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Seguido de A Influência do jornalismo e Os jogos olímpicos. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997. 143 p.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. 3ª ed. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000. 182p.
- BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias**: ensaios sobre a televisão. (Estado de sítio). São Paulo: Boitempo, 2004. 252 p.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos**. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995. 268 p.
- DIVERCIDADE. Entrevista: Maria Rita Kehl fala sobre a influência das telenovelas. In: **DiverCidade - Revista do Centro de Estudos da Metrópole**. Nº 7. CEM/CEBRAP Centro Brasileiro de Análise e Planejamento, São Paulo, Brasil. Out./Nov./Dez. 2005. Disponível em: <<http://www.centrodametropole.org.br/divercidade/numero7/5.html>> Acesso em: 10.06.2009.
- GIDDENS, Antony. **As consequências da modernidade**. Tradução: Raul Fiker. São Paulo: Editora Universidade Estadual Paulista, 1991.
- _____. **Modernidade e identidade**. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- GOFFMAN, Erving. **Estigmas**. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio: Zahar Editor, 1975. 158 p.



HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 7ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002. 102 p.

_____. A centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: **Educação & Realidade**. Porto Alegre: FAGED/UFRGS, V. 22 N° 2 Jul./Dez 1997. p.15 à p. 45.

_____. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org) **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000. p. 103 à p. 133.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade midiaticizada**. Tradução: Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 51 a p. 79.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver**. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Tradução: Jacob Gorender. São Paulo: Editora SENAC, 2001. 182 p.

OROZCO, Guilherme. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade midiaticizada**. Tradução: Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 51 a p. 98.

SAMARÃO, Lilianny; FURTADO, Pedro Calabrez. As imagens e suas implicações sociais. In: **Sociologia**. Ciência & Vida. Ano II N° 18. São Paulo: Editora Escala, 2008. p. 42 à p. 47.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000. p. 73 à p. 102.

SOARES, Rosana de Lima. **Cultura Midiática: Estigmas Sociais em Narrativas Audiovisuais**. Trabalho apresentado no NP Comunicação e Culturas Urbanas do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008. 15 p. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1212-1.pdf>> Acesso em: 20.11.2008.

_____. **Imagens estigmatizadas**: margens da *História real*. In: ALCEU (Revista de Comunicação, Cultura e Política, Revista do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio). V.6 N°12. Jan./Jun. 2006. p. 39 a 47. Disponível em: <<http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=218&sid=24>> Acesso: 20.11.2008.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Tradução: Wagner de Oliveira Brandão; Revisão da tradução: Leonardo Avritzer. Petrópolis, 1998. 261 p.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000. p. 07 à p. 72.

<http://viveravida.globo.com>