

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO BRASILEIRA

O COTIDIANO NA TELA DA TV E A ESFERA EDUCACIONAL

Eva Aparecida de Oliveira
Orientadora: Prof. Dra. Mirza Seabra Toschi

GOIÂNIA - GO, 2003

EVA APARECIDA DE OLIVEIRA

O COTIDIANO NA TELA DA TV E A ESFERA EDUCACIONAL

Dissertação apresentada ao Curso de **Mestrado** em Educação Brasileira da Faculdade de Educação da Universidade Federal de Goiás, para obtenção do título de **Mestre** em Educação Brasileira.

Linha de pesquisa: Formação e Profissionalização Docente.

Orientadora: Prof. Dra. Mirza Seabra Toschi.

GOIÂNIA - GO, 2003

DEDICATÓRIA

Aos meus pais, João Bernardes de Oliveira (*in memoriam*) e Amélia Medeiros da Silva, que foram exemplos de trabalhadores rurais que lutam para sobreviver e, que, como muitos no Brasil, migram para a cidade em busca de oferecer aos filhos a cultura escolar, e encontram todo tipo de miséria e dificuldade.

AGRADECIMENTOS

Ao companheiro do cotidiano e colega de trabalho, Prof. Dirceu Hermann, pelo amor, carinho, solidariedade e paciência nesse período tão difícil.

À professora orientadora Dr.^a Mirza Seabra Toschi, pela grande contribuição teórica, pela amizade e solidariedade tão sincera e pela riqueza de experiências novas em comunicação e educação e que, também, tive o prazer de me identificar como profissional, no sentido humano genérico.

À amiga Maria de Fátima Tanaka e familiares, por ter possibilitado condições dignas de morar em Goiânia, concedendo sua casa nesse período.

À professora e amiga, Iria Brzezinski (UCG), pela contribuição teórica e pelos móveis que emprestou enquanto estive em Goiânia.

À colega e amiga Margarete Zambeli, pelo apoio tão sincero nesta reta final.

Aos professores do Mestrado da FE/UFG e da UCG, pelo enriquecimento cultural e pelo conhecimento construído.

Às minhas irmãs: Maria Santíssima, Glória e Gláucia, que nesse período me deram força e apoio, além de ajudar a cuidar de nossa querida mãe.

Aos colegas professores, professoras e diretor do *Campus* de Jataí/UFG/FEJ e do Centro de Ensino Superior de Jataí - GO, pelo apoio e licenças concedidas para cursar o mestrado.

Aos colegas da 14^a Turma do Mestrado da FE/UFG e da 2^a Turma da FE/UCG, pelo companheirismo e os bons momentos de aprender a conviver.

OS INDIFERENTES

Odeio os indiferentes. Como Friederich Hebbel, acredito que “viver significa tomar partido”. Não podem existir os apenas homens, estranhos à cidade. Quem verdadeiramente vive não pode deixar de ser cidadão e partidário.

Indiferença é abulia, parasitismo, covardia, não é vida. Por isso odeio os indiferentes.

A indiferença é o peso morto da história. É a bala de chumbo para o inovador e a matéria inerte em que se afogam freqüentemente os entusiasmos mais esplendorosos, o fosso que circunda a velha cidade e a defende melhor do que as mais sólidas muralhas, melhor do que o peito dos seus guerreiros, porque engole nos seus sorvedouros de lama os assaltantes, os dizima e desencoraja e, às vezes, os leva a desistir da gesta heróica (...)

Odeio os indiferentes também, porque me provocam tédio as suas lamúrias de eternos inocentes. Peço contas a todos eles pela maneira como cumpriram a tarefa que a vida lhes impôs e impõe quotidianamente, do que fizeram e sobretudo do que não fizeram. E sinto que posso ser inexorável, que não devo desperdiçar a minha compaixão, que não posso repartir com eles as minhas lágrimas.

Sou militante, estou vivo, sinto nas consciências viris dos que estão comigo pulsar a atividade da cidade futura, que estamos a construir (...)

Vivo, sou militante. Por isso odeio quem não tome partido, odeio os indiferentes.

Antônio Gramsci

La Città Futura, 11 - 02 - 1917

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO: construção do problema -----	09
1 – A CONFIGURAÇÃO DA CULTURA E OS PROCESSOS DE RECEPÇÃO DAS MÍDIAS COMO PERSPECTIVA DE COMPREENSÃO DAS TRANSFORMAÇÕES NOS MODOS DE SABER -----	17
1.1 – Configuração da cultura -----	18
a) - Cultura de massas - perspectiva gramsciana -----	27
1.2 – A teoria da recepção de Martín-Barbero -----	32
1.3 - A mídia como instância de reprodução social: a utilização de gêneros literários na programação televisiva -----	37
2 - AS ESFERAS HETEROGÊNEAS DA SOCIEDADE – TEORIA SOCIAL DE AGNES HELLER -----	54
2.1 – Dinâmica das esferas heterogêneas da sociedade -----	57
2.2 - Estrutura da vida cotidiana -----	59
3 – A ESFERA EDUCACIONAL E A INTERFACE COM O CAMPO DA COMUNICAÇÃO -----	72
3.1 - Campo educacional -----	72
4 – A MÍDIA COMO PRODUTO REALIMENTADO E REALIMENTADOR DA ESFERA DO COTIDIANO -----	79
4. 1- Análise de um programa folhetinesco da Rede Globo de Televisão, como fenomenologia de reestruturação das esferas heterogêneas da sociedade -----	79
a) – Programa “Malhação” - gênero televisivo folhetinesco -----	86
b) – Mudança de cenário e não de formato – “Malhação” sai da academia de ginástica e vai para a escola -----	89
c) - Aspectos do cotidiano presentes no folhetim “Malhação” -----	92
4.2 – O folhetim “malhação” – a questão da cultura jovem, da cultura de massa e da cultura elitizada -----	94

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES -----101

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA -----105

ANEXOS ----- 109

I – Questionário 01

II – Cenários

III – Ficha da Internet (participação interativa)

IV – Ficha técnica do folhetim **Malhação**

V – Lista dos nomes dos atores e atrizes que atuam no programa gravado

VI – Roteiros do folhetim **Malhação** (descrição dos programas exibidos nos dias 07 a 11-07-2003 na rede globo de televisão)

RESUMO

Palavras-chave: cultura popular e cultura de massa, processo educacional, estrutura da vida cotidiana, teoria da recepção.

Este trabalho é o resultado de uma análise de um programa folhetinesco de televisão. O **objeto** de estudo se constituiu a partir da aplicação de um questionário em duas escolas públicas de Jataí - GO, sendo uma estadual e outra federal. O intuito era identificar o contato dos jovens com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC) e outras informações adicionais da vida sócio-econômico-cultural. O resultado do questionário, entre outras coisas, sinalizou a preferência de audiência pelo Programa – de gênero folhetinesco – Malhação da Rede Globo de Televisão, por parte da maioria dos alunos das duas escolas. Da constatação de uma média das duas escolas de 14,47 horas semanais de audiência televisiva e supondo de que tal afeta de alguma forma o processo educativo extra-escolar dos alunos, o objetivo da pesquisa constituiu-se pela busca de compreensão das causas da freqüência do programa preferido pela maioria dos estudantes, para o que se partiu da hipótese da presença dos elementos da cotidianidade do mundo jovem no Programa aludido e que opera como atrativo principal para os jovens. Os referenciais teóricos principais são de Gramsci, Martín-Barbero, Heller e Libâneo, cujos conceitos que dão eixo ao estudo são: cultura popular e de massa; gênero televisivo; teoria da recepção; educação como prática social; esferas heterogêneas da sociedade e; estrutura do cotidiano. A metodologia de estudo se valeu de um questionário para os alunos das duas escolas; o acompanhamento por anotações do Programa Malhação por nove meses (novembro de 2002 a julho de 2003); a gravação em **vídeo** e transcrição da programação de uma semana em julho de 2003 (7 a 11); a análise da estrutura da cotidianidade presente no Programa Malhação a partir do referencial teórico de Agnes Heller, com vínculos feitos aos demais teóricos. O trabalho conclui apontando que é possível identificar conseqüências para o processo educativo dos jovens em contato com o Programa Malhação, como também aponta a emergência na sociedade da esfera da cotidianidade, captada pelo programa. Por fim, indica novas frentes de pesquisa, principalmente no contexto da cotidianidade da própria escola para identificar o processo de recepção das influências potenciais do Programa Malhação que são apontadas a partir do presente estudo.

ABSTRACT

Keynotes: Pop and Mass culture, Educational process, everyday life context, Reception theory.

This work is a result of a soap opera analysis based on a questionnaire applied in two public educational institutions, one state managed, another a federal institution. The aim was to identify students rapport with the information technology tools, and all sorts of different social, economical and cultural means. Questionnaire results focused on an impressive viewers preference towards Globo network daily program "Malhação", in both of the schools. Since students spend a range of 14.47 hours a week watching it, this research has analysed how viewers are affected by these long hours exposition, as well as if it affects their educational process. The objective of this research try to comprehended the reasons why the soap opera was so attractive for youngerters, neatly observing all the elements of the every day life connected to its stories, which were so interesting for so many. The analysis used a great number of authors, theses and theories, such as: Gramsci; Martín-Barbero; Heller; and Libaneo, whose concepts are focused on: Pop and Mass culture; Television genre; Reception Theory; Education as social practice; Heterogenial spheres from society and every day life routine. As a matter of methodological practice, this research was organized in a questionnaire style covering students from both schools; a notetaking has been done for nine months (from November 2002 till July 2003); Taperecordings and program transcriptions from July 7 to 8, in 2003; A research focusing on the every day life structure based on theoretical appointments written by Agnes Heller, among others. This research gets to the conclusion that it's possible to identify a sequence of cause and effect matching the youngters learning process and their contact with Globo network TV program "Malhação", since this program raises issues strongly related to real life. In the end, the research forecasts new fronts of study connected to the reception process, through a deep study into the bowels of nowadays life.

INTRODUÇÃO: A CONSTRUÇÃO DO PROBLEMA

Freqüentemente percebem-se as lamentações dos docentes quanto à situação de crise existente no interior das relações de ensino-aprendizagem, sobretudo, a partir da segunda fase do ensino fundamental (a partir da 7ª série principalmente) e até o ensino médio. Entende-se 'crise', no contexto aqui referido, como um conjunto desregrado daquelas condições necessárias para o estabelecimento de uma aprendizagem dos conceitos e significados da realidade com método e disciplina intelectual. Heller (1992) diria que falta aquela intensidade de aplicação do pensamento e das habilidades requeridas pela esfera da ciência, sem o que, o comportamento difuso se caracteriza muito mais proximamente dos comportamentos típicos da esfera da cotidianidade.

Por outro lado, é comum, também a "análise", a partir de observações não-formais feitas junto a professores e professoras, alunos dos cursos de licenciaturas, de que tal processo de desregramento da disciplina intelectual tenha origem nas causas que são exercidas sobre os jovens através da mídia, especialmente a televisiva, hoje quase presente na forma de uma *overdose* sobre todos os indivíduos humanos e desde os primeiros dias da sua existência.

Partindo do pressuposto, então, de que haja alguma relação entre a forma como se cria essa condição de indisposição para a disciplina intelectual e a influência causada pela mídia televisiva sobre esses jovens, houve a necessidade de se conhecer o contato desses jovens com a mídia televisiva. Sobre esse contato, houve a necessidade de saber: todos têm acesso à mídia? Quanto tempo ficam sob a influência da mídia televisiva? Quais programas mais assistem?

Na verdade, o questionário¹ da pesquisa exploratória, aplicado a alunos dos anos finais do ensino fundamental e ensino médio, contemplou, inicialmente, interesses mais genéricos, isto é, qual a relação dos alunos da

¹ Ver modelo do questionário no anexo I.

escola estadual e federal com o cinema e o teatro; leitura de jornais, livros e revistas; quais características de gosto musical; se usam computador e se têm acesso à Internet; e, por fim, o que acabou atraindo a atenção nesta pesquisa, o contato com a televisão e os programas favoritos.

Portanto, o questionário não objetivou explorar a visão dos estudantes adolescentes sobre determinado programa televisivo. O que se fez foi apenas conhecer suas preferências e atividades dentro de um processo mais amplo de suas relações com a escola, o lazer, o trabalho, a mídia, a chamada “cultura erudita **é isso mesmo? Erudita? Ou popular?**” e o tempo que esses adolescentes utilizam nessas relações.

Os resultados do questionário indicaram a frequência maior de um ou dois programas televisivos, o que induziu a querer compreender as razões da audiência da maioria ao programa de gênero folhetinesco “Malhação”, da Rede Globo de Televisão.

Dessa forma, ao invés de pensar sobre a influência da mídia televisiva no processo de indisciplina intelectual, a questão que se apresentou mais fortemente foi a seguinte: **o que pode haver no programa escolhido pela maioria, que tanto atrai os jovens pesquisados? Quais características deste programa atendem a preferências e necessidades dos jovens adolescentes? Como estas características são buscadas no processo social de elaboração cultural do adolescente espectador?**

Diante disso, se partiu da hipótese de que a maioria dos estudantes questionados identifica-se com o programa de televisão “Malhação” por apresentar em sua dinâmica as características e elementos da esfera da cotidianidade, especificamente o cotidiano da escola, que predomina na vida de grande parte dos adolescentes brasileiros, mesmo sendo de classes sociais diferenciadas. Tal hipótese parece razoável se compararmos o programa com a programação das demais emissoras de canal aberto: Rede TV – hora da verdade (17h30m) (problemas de relacionamento conjugal); SBT – Casos da Vida Real (17h30m); Rede Record – Cidade Alerta (17h40m); BAND – A Batalha dos Planetas (17h30m) – desenho. O que se percebe nos horários equivalentes ao do de **Malhação**, na maioria, são programas que abordam temas apelativos no mais

baixo estilo da exploração dos sentimentos e dramas familiares e sociais reais de pessoas, em geral, de classes sociais desfavorecidas. Além disso, outra temática é o drama da violência urbana e a saga de perseguição policial ao crime e, por último, uma temática de caráter mais infantil (embora não exclusivamente), na emissora que apresenta o desenho animado.

Todavia, considerou-se importante, levantar uma outra hipótese: a forma e o conteúdo não podem ser considerados como causa primeira da frequência preferencial ao programa “Malhação”, pelo fato de que o programa somente é assistido na sua forma e conteúdo porque corresponde às expectativas dos seus assistentes, uma vez que se considera que a emissora parte da lógica do lucro e, para isso, busca captar e atender a necessidade e a preferência da audiência.

Nesse caso, a audiência em questão é o adolescente que, por sua vez, tem como uma de suas necessidades básicas o estudo escolar, a compreensão dos valores da sociedade² e, principalmente, o interesse pelas questões emotivas ligadas às questões vividas nesta fase do desenvolvimento humano, como o namoro, a sexualidade, etc., que geralmente ocorrem num dos principais locais de socialização do adolescente, a escola.

Este estudo procura demonstrar como a captação do interesse do público pode ser alcançada facilmente com as modernas tecnologias de interatividade entre emissora e seu público assistente através da veiculação de instrumentos de pesquisa de opinião, como, por exemplo, as enquetes sobre personagens e suas tramas, disponíveis na página da Internet da emissora. Para isso, estudos específicos da área cultural são referências para entender de que modo o indivíduo se insere no contexto da dinâmica da sociedade enquanto estrutura condicionante de sua práxis. Tal compreensão interessa especificamente para a esfera educacional, no sentido de contribuir com a prática educativa escolar.

A percepção do **geral** do objeto estudado nesta pesquisa, as categorias de análise e a sustentação teórica, requer a apreensão desse objeto numa

² A necessidade de educação escolar e de valores básicos pelo adolescente, geralmente é criada pela sociedade em que vive, pelos pais, pela família, amigos, etc., de forma impositiva.

perspectiva relacional. Ao focalizar a análise sobre o programa televisivo “Malhação”, um primeiro desafio que se apresenta convida à necessidade de sua contextualização, momento em que se localiza o objeto no âmbito da dinâmica social e nesta, na esfera da cultura.

Na medida em que o programa televisivo é investigado na condição de um simulacro da sociedade, ou seja, estudando o programa, elementos de uma dinâmica social querem ser identificados, sobressai daí uma primeira categoria de análise, ou seja, como o programa poderá estar denunciando elementos de uma cultura jovem.

Uma segunda categoria de análise abordará um ponto bem específico e central do programa, que é exatamente a compreensão do cenário escolar apresentado, donde se objetiva identificar o sentido e o valor da escola retratado no programa, procurando, da mesma forma, entrever elementos do sentido e papel da educação escolar atribuído pela própria comunidade estudantil, percebidos a partir do cenário e da representação dos atores na condição de alunos e professores no programa.

Por fim, uma terceira categoria de análise apontará para a compreensão do programa em sua condição de recurso midiático e sua complexa relação com a sociedade. Neste aspecto, a análise considerará o conceito de recepção como um dos conceitos chaves para entender o modo como o programa poderá estar contribuindo para (re)elaborar novos sentidos sobre a sociedade, a cultura, a educação e a própria escola a partir de como os jovens estudantes recebem a programação televisiva de “Malhação”. Todavia, esta análise sobre a recepção fica restrita ao tratamento teórico, persistindo como indicação da necessidade futura de uma pesquisa mais detida sobre as formas da recepção na prática, do programa ‘Malhação’, pelos jovens de uma comunidade escolar.

Por ora, este trabalho se satisfaz com a condição de entender e apresentar elementos da estrutura e sentidos da educação escolar, do jovem, da educação como um todo, presentes no programa, para assim, tal saber figurar na forma de uma primeira denúncia da realidade com que está envolvida o jovem telespectador que por meio dessa programação midiática tem a potencialidade de criar e recriar sua condição de estudante e de ser social. Com isso, o objetivo

deste trabalho é contribuir com a necessidade fundamental hoje de professores e a própria escola entenderem a condição da sociedade que é extremamente permeada pela mídia, sobretudo televisiva. Ou seja, entender como a mídia faz parte da construção da paisagem social moderna. Assim, este trabalho serve de subsídio para a realização de pesquisas posteriores (estudos de recepção) com estudantes, contribuindo para implementação de uma educação para as mídias (leitura crítica das mídias na sala de aula), especialmente na relação dos alunos com a televisão.

No capítulo I faz-se uma discussão sobre os principais conceitos e o referencial teórico dos autores que fundamentam a noção de cultura. A teoria de Gramsci oferece os fundamentos de um enfoque teórico-metodológico de perspectiva crítica necessário à compreensão da formação da cultura, sua importância, sua relação com o contexto histórico-social e os principais elementos constitutivos da cultura, para dela se ter uma compreensão sistêmica e de conjunto.

Nesse mesmo capítulo, procurando abordar a evolução das discussões sobre cultura, vê-se como se insere o conceito de cultura de massa, sobretudo no século XX. Em outras palavras, como a sociedade se desenvolve, de tal maneira a desenvolver novos artefatos tecnológicos que contribuem na constituição das novas condições para o devir da cultura. Neste caso em questão, a atenção será dada ao desenvolvimento das tecnologias comunicacionais. Outrossim, vale atentar para o fato de que essas tecnologias comunicacionais podem ser tomadas a um só modo enquanto produtos e constituidoras de cultura. Vê-se, entre outras coisas, de que há uma diferença entre o que Gramsci caracteriza de cultura popular e quando, por influência de aparelhos ideológicos a serviço da dominação de classe, constitui-se em cultura de massa, cultura homogeneizada, ideologizante.

Com efeito, no sentido de uma busca por maior segurança em estabelecer este tipo de paralelismo entre a relação das tecnologias comunicacionais como produto e produtoras da cultura, procurar-se-á amparo nas discussões, sobretudo, dos especialistas e pesquisadores da área de comunicação, para identificar a importância de suas contribuições teóricas no

entendimento do debate sobre como os meios de comunicação operam no âmbito da estrutura social. Entre esses teóricos destaca-se Martin-Barbero (1995, 1997, 1998, 2001).

A compreensão, portanto, da cultura, de como ela se constitui e o seu papel na sociedade será algo trabalhado, analisado, inicialmente, considerando o que Marx pensou sobre a natureza da dinâmica da estrutura social, ou seja, como os conceitos de estrutura econômica e superestrutura se mostram úteis para tal apreensão. Em seguida abordar-se-á a questão da cultura em Gramsci, como apontado anteriormente.

Em seguida, Martin-Barbero, enquanto referencial teórico de pesquisa sobre a inserção dos meios de comunicação no movimento social de elaboração da cultura, principalmente da análise da condição do telespectador, proporcionará as noções da teoria da recepção.

Isto posto, ter-se-á feita a descrição do universo em que se insere a pesquisa – campo da cultura, enquanto esfera da sociedade – e a especificação do que se vai discutir nessa esfera – a mídia televisiva e o paralelismo estabelecido ao lado da dinâmica da sociedade.

Entende-se que, para efeito desta pesquisa, não se precisará dissecar totalmente o que se compreende por mídia televisiva, ou seja, abordar o objeto em todas as matizes que poderá se disponibilizar, mas, ao menos, fornecer algumas conceituações gerais e de como se entende a sua localização na estrutura da sociedade. Assim, as atenções serão dadas ao modo como, de um lado, tanto a sociedade determina condicionantes para o conteúdo e formato da mídia televisiva e, de outro lado, como esta determina, por sua vez, os condicionantes da configuração da ideologia e valores culturais da sociedade. Neste sentido, se aposta **que** retroalimemente uma ideologia já posta. Mas essa influência televisiva não será percebida como determinante porque, no outro lado da ponta, existe uma forma de recepção da mensagem.

Outra característica do capítulo I, abordado no último item, é a caracterização da estrutura dos formatos dos programas televisivos, partindo da idéia inicial de que são produtos mercadológicos. Posteriormente, a caracterização dos programas em gêneros, identificando as especificidades dos

gêneros enquanto produtos e, por último, os gêneros enquanto categorias e suas relações com a audiência. Destacar-se-á o gênero folhetinesco, porque adequado à análise do objeto de estudo no quarto capítulo.

Posteriormente, no segundo capítulo, verificar-se-á como Agnes Heller (1992), da Escola de Budapeste, linha de pensamento que segue os princípios teóricos marxistas, percebe o encaixe dessa temática da cultura e, sobremaneira, do processo de construção da cultura na sociedade.

Com o intuito de discutir os conceitos fundamentais que Heller oferece para a compreensão da estrutura social, verificar-se-á como entende a relação entre estrutura econômica e superestrutura a partir das categorias conceituais, que, na verdade, não são apenas categorias epistemológicas, mas mesmo, também, ontológico-sociais, quais sejam, as esferas heterogêneas da sociedade, isto é, a produção, as relações de propriedade, a estrutura política, a vida cotidiana, a moral, a ciência, a arte, etc.

O objetivo do segundo capítulo se assenta na necessidade, de um lado, de fornecer uma teoria social que dê conta da complexa dinâmica social e das condições nela do indivíduo enquanto sujeito histórico e, de outro lado, oferecer a noção e os conceitos que permitirão a análise da esfera da cotidianidade escolar presente no programa 'Malhação'.

No terceiro capítulo, abordar-se-á a esfera educacional partindo da idéia de uma educação enquanto prática social identificando as interfaces do campo comunicacional com a esfera da educação, orientando-se pelos conceitos de Libâneo (1999), Braga e Calazans (2001). O objetivo da abordagem se dá porque este trabalho é feito a partir da interface entre dois campos – a educação e a comunicação. A escolha da interface se explica pela exploração no programa "Malhação", no âmbito de sua produção, do cotidiano do universo escolar dos adolescentes.

No quarto e último capítulo, procede-se efetivamente à análise do programa televisivo, em que se identificarão aspectos da emergência da esfera da cotidianidade e como tal fornece uma nova "circunstância" de causalidades para orientar as teleologias individuais, no sentido aludido por Heller. Além disso, procura-se perceber como esta esfera da cotidianidade emerge dentro de uma

cultura propriamente do mundo jovem. De forma paralela, verifica-se como o cotidiano escolar dos estudantes adolescentes no programa é aproveitado como meio para veicular *merchandising* social e comercial, com força capaz de conquistar a audiência do público adolescente.

CAPÍTULO 1 - A CONFIGURAÇÃO DA CULTURA E OS PROCESSOS DE RECEPÇÃO DA MÍDIA COMO PERSPECTIVA DE COMPREENSÃO DAS TRANSFORMAÇÕES NOS MODOS DE SABER

O conceito de cultura³ se torna fundamental ao se tratar do processo de reestruturação das esferas heterogêneas da sociedade e a emergência de

³ O conceito de cultura é trabalhado a partir de Santos (1994, p. 44-86).

uma “nova” esfera na configuração das causalidades das posições teleológicas⁴ dos indivíduos: a vida cotidiana. Portanto, trabalha-se aqui o enfoque da cultura como totalidade de uma dimensão da sociedade, dimensão esta entendida como conhecimento no sentido ampliado: sobre si mesma, sobre outras sociedades, sobre o meio material em que vive e sobre a própria existência. Esse conhecimento pode ser expresso por uma sociedade por meio da arte, religião, esportes, ciência, tecnologia, política, etc. Nesse sentido pode-se dizer que será feito, de certa forma, um estudo da cultura, já que este está voltado para o entendimento dos meios pelos quais a realidade que se conhece é codificada por uma sociedade, isto é, através das palavras, idéias, doutrinas, teorias, práticas costumeiras e rituais; procurar entender o sentido que fazem essas concepções e práticas para a sociedade que as vive, buscando seu desenvolvimento na história dessa sociedade.

Na verdade, não se trata de um estudo da cultura no sentido específico, mas sim que o objeto remete à necessidade do entendimento da dinâmica cultural. Assim, a cultura é o universo humano total. É culturalmente que o ser humano se expressa, é e constrói seu processo de humanização.

Este primeiro capítulo tem o propósito de dar o suporte de contextualização para que se possa localizar o objeto de estudo desta pesquisa. A mídia televisiva, a sua programação, o folhetim ‘Malhação’ da Rede Globo de televisão, tomam parte do universo cultural, são determinados e determinantes da dinâmica cultural da sociedade. Por isso, neste enfoque, o raciocínio parte da noção mais ampla de cultura, trilha a idéia de cultura de massa enquanto forma privilegiada de elaboração da cultura moderna, particularmente com a inserção de tecnologias de comunicação de massa e, finaliza, abordando em particular as especificidades da mídia televisiva no que tange às teorias de investigação e análise crítica desse meio (trabalhando conceitos de produção e recepção), bem como, de uma caracterização da programação televisiva em gêneros, onde se identificará a característica do folhetim ‘Malhação’, da Rede Globo de televisão.

⁴ Conceito de Agnes Heller.

1.1 – A configuração da cultura

Os diversos agrupamentos humanos são complexos e diferenciados entre si, e o que expressa esta complexidade e diferença é a cultura. O sentido das diversas características culturais de um determinado agrupamento humano, como suas práticas, costumes, concepções e as transformações pelas quais ele passa, somente pode ser compreendido a partir da apreensão de sua lógica interna. Assim, um primeiro procedimento epistemológico é compreender as diversas manifestações culturais a partir do contexto em que surgiram.

Por cultura pode-se tomar aquele conjunto de características que identifica uma população humana. Contudo, com o contato entre os diferentes agrupamentos humanos, que freqüentemente aconteceram, como continuam acontecendo, geram-se problemas, tanto de ordem prática (como o choque cultural entre dois grupos diferentes e com isso problemas como – submissão, subjugação, etc.), quanto questões de ordem epistemológica, isto é, como pensar as diversidades e relacioná-las de modo que se possam emitir juízos sem que se incorram em certos equívocos: de um lado a subjugação de uma cultura pela outra por meio do estabelecimento de certos critérios (o desenvolvimento da produção material, por exemplo) e, de outro lado, o não estabelecimento de uma hierarquização entre as culturas e, assim, uma relativização total, o que incorreria num trancamento em si de cada cultura, não oferecendo tal estudo nenhuma orientação prática sobre como os indivíduos de culturas diferentes procederiam em seus intercâmbios simbólico-práticos (SANTOS, 1994, p. 7-21).

A cultura é uma característica de grupos; esses grupos podem ser pensados a partir do estabelecimento de diversas categorias: classes sociais; idades; nações; regiões geográficas. Como pensar o relacionamento desses diversos grupos e o que acontece com suas culturas? Surge aí o problema da diversidade cultural que não tem implicações com a questão do comprometimento da unicidade biológica do gênero humano. Segundo Santos (1994), não há uma lei natural que estabeleça critérios que permitam afirmar que as características culturais de uma cultura sejam superiores às de outra. A diversidade cultural não deve levar à plena relativização, mas deve ser considerada enquanto inserida na

história mundial – a diversidade cultural será respeitada se se entender a inserção das culturas particulares na história mundial.

Portanto, a questão não é só entender a evolução das diversas sociedades humanas, mas sim a história da humanidade. Todavia, do ponto de vista fático, as diferentes culturas e sociedades se relacionam de modo desigual, ou seja, as relações internacionais atestam um desequilíbrio de poder em todas as esferas da sociedade, o que hierarquiza as culturas. Deve-se, portanto, reconhecer esse desequilíbrio e procurar por sua superação.

A sociedade brasileira, assim como todas as sociedades modernas e industrializadas, são consideradas sociedades de massa, uma vez que as instituições dominantes provêm e criam necessidades de multidões e de seus participantes anônimos; são organizados mecanismos eficazes para controlar as massas humanas para que produzam, consumam e se conformem com seus destinos e sonhos. Portanto, justifica-se a necessidade de mecanismos culturais adequados, capazes de transmitir mensagens rápidas para grande quantidade de pessoas. Nesse sentido, é exigida uma cultura cujo objetivo é homogeneizar a vida e a visão de mundo da população de uma sociedade bastante diversificada como a nossa, para ultrapassar barreiras de classe social e facilitar, por essas razões, o controle das massas (SANTOS, 1994, p. 31-32).

Assim é que Santos aponta o elenco de instrumentos utilizados para esses fins de massificação da cultura, que são o rádio, a televisão, a imprensa, o cinema e a Internet (1994, p. 66). Dessa forma, segundo o mesmo autor, a centralização nesses instrumentos (denominados meios de comunicação de massa) resulta num setor específico de atividade, num elemento muito importante das sociedades modernas: a indústria cultural.

A indústria cultural se encaixa, por conseguinte, dentro de uma esfera de atividade econômica, “com inversões de capital, recrutamento de mão-de-obra especializada, desenvolvimento de novas técnicas, produção de bens e serviços” (SANTOS, 1994, p.66). Na análise de seu impacto na dinâmica da sociedade, Santos afirma que, enquanto indústria cultural, ela “é o núcleo da existência da cultura homogeneizadora, niveladora. (...) é uma característica vital deste século

[século XX], uma marca indiscutível da civilização mundial que se forma” (1994, p. 66).

O ritmo acelerado de produção e consumo (processo de expansão do capital) pode assim ser entendido proporcionalmente em razão de uma comunicação rápida e generalizada, ou seja, “as mensagens e informações circulam com velocidade compatível com a dos produtos materiais dessas sociedades” (SANTOS, 1994, p.66).

Na atual organização social os meios de comunicação de massa são elementos fundamentais, pois estão associados ao exercício do poder e à ordenação da vida coletiva. A mídia penetra em todas as esferas da vida social. Além de transmitir informações e mensagens, ela difunde maneiras de se comportar, propõe estilos de vida, modos de organizar a vida cotidiana, de arrumar a casa, de se vestir, maneiras de falar e de escrever, de sonhar, de sofrer, de pensar, de lutar, de amar. Portanto, a mídia faz parte da paisagem social moderna.

Há uma relação estreita entre a mídia e o poder, isto é, ela se torna poderosa. Os conteúdos transmitidos são controlados pelos produtores e possuem formas padronizadas de sua produção. Isso porque são dirigidos a cada indivíduo particularmente e, simultaneamente, são comuns a todos e procuram gerar necessidades e expectativas massificadas. É visível o projeto de homogeneização da sociedade, já que esta corresponde à sua lógica da maneira de funcionar, especialmente no que diz respeito à amenização dos conflitos sociais.

É importante entender que a lógica do funcionamento da indústria cultural não é necessariamente uma descrição da dimensão cultural da sociedade contemporânea, já que a própria indústria cultural não é imune às contradições da vida social, pois no seu interior há conflitos entre patrões e empregados. A cultura também não se reduz ao conteúdo dos meios de comunicação de massa. O controle sobre as mensagens é muito forte, mas não é absoluto, considerando que as populações a que esses meios se dirigem estão expostas a dificuldades sociais concretas e às tensões da vida cotidiana.

Por isso, mesmo que a mídia trabalhe sobre as esferas heterogêneas da sociedade: produção, relações de propriedade, estrutura política, vida cotidiana, moral, ciência, arte, etc., e procure explicá-las e oferecer-lhes soluções, através de conteúdos homogêneos, ela não é capaz de produzir uma massificação tão eficaz, de maneira que substitua totalmente a percepção que seus consumidores têm de suas relações sociais e suas vidas. A sociedade pode continuar muito diferenciada no seu interior. Um bom exemplo disso são os conflitos recentes, que sempre existiram, mas sempre são camuflados⁵, de interesses entre classes e grupos sociais diversos na história da sociedade contemporânea. As mudanças têm ocorrido na sociedade moderna, mesmo com a eficácia totalitária da cultura produzida para as massas.

A mídia é um elemento importante da vida social, não é absoluta, mas é um elemento que se realiza em contextos sociais mais amplos. Por isso é importante discutir a cultura voltada para as massas na atualidade. É possível observar que sua presença produz conseqüências objetivas nas visões de mundo das várias camadas da população, em seus planos de vida, em seus modos de agir. Nem por isso, podemos incorrer no erro de estudar apenas as mensagens que a mídia expressa e acreditar que seus conteúdos sejam uma síntese da cultura contemporânea.

As mensagens da indústria cultural, com propósitos de homogeneização e controle das populações, podem ser um projeto dos interesses dominantes da sociedade, mas não são a cultura dessa sociedade (SANTOS, 1994, p. 71).

Para fundamentar melhor a concepção de cultura e sociedade e o desenvolvimento de suas relações, far-se-á, a seguir, uma breve revisão de literatura da abordagem gramsciana, já que os estudos (MARTIN-BARBERO, 2001) de comunicação abordados neste trabalho têm suas raízes na concepção de cultura de Gramsci.

⁵ O exemplo da morte de Roberto Marinho em agosto de 2003, dono da Rede Globo de Televisão que passou a ser visto como um pai pelos próprios empregados.

O ponto de partida da teoria de Gramsci⁶ tem como gênese a concepção de Marx acerca do desenvolvimento e funcionamento da sociedade capitalista, composta pela dualidade contraditória entre classe dominante e classe dominada, entre possuidores e despossuídos. A posse privada, tanto da terra como dos meios de produção da vida material (infra-estrutura da sociedade) tem, no plano da superestrutura ou da esfera ideológica e espiritual da sociedade, uma correspondência direta. Gramsci concorda com Marx de que a classe que detém o poder material também detém o poder ideológico ou das idéias, e é exatamente este o nó, o eixo, que ele aproveitou para aprofundar e desenvolver a sua teoria política.

Porém, antes de abordar a teoria gramsciana, procurar-se-á situar a teoria marxista e identificar como Marx constrói a compreensão da sociedade em sua estrutura e dinâmica. Todavia, entende-se que, apesar da grande contribuição que Marx deu, alguns refinamentos teóricos oferecidos por Gramsci, são essenciais para a compreensão da complexa sociedade hoje em curso desde a segunda metade do século XX, até a entrada neste século XXI. E essa formulação teórica de Gramsci interessa de modo particular para o objeto de estudo aqui em questão: como a mídia absorve e retro-alimenta valores de uma nova estrutura social que chamaremos aqui, ao menos, altamente tecnologizada, complexa e dinâmica. Onde sobressai que o próprio objeto, a mídia, é sintomático daquele conceito primeiro que se deu à sociedade, ou seja, de que se trata de uma sociedade permeada pela tecnologia em todas as suas esferas, é complexa em sua estrutura e dinamicidade.

Inicialmente, vale lembrar que Marx aborda a estrutura da sociedade a partir de duas categorias essenciais, ou seja, a estrutura econômica e a superestrutura. E é do modo como essas duas esferas se relacionam e se intercedem, que o pensador social oferece toda a compreensão da dinâmica e estruturação da sociedade.

⁶ Antônio Gramsci (filósofo, jornalista e socialista italiano) viveu no começo do século XX na Itália fascista de Mussolini. Sua obra, em parte desenvolvida no longo cárcere que Mussolini lhe impôs, constitui-se numa teoria política que pode ser considerada como uma das grandes contribuições filosóficas contemporâneas à crítica e à luta social pela transformação da sociedade capitalista.

Marx entende por estrutura, o conjunto das forças produtivas como: os meios de produção, as condições naturais ou matéria-prima, a força de trabalho e sua organização social para produzir e distribuir os bens e serviços. Por sua vez, superestrutura representa todo o conjunto das entidades sociais responsáveis pelo desenvolvimento da realidade simbólico-social: estrutura política, religião, arte, ciência, filosofia, etc.

A estrutura oferece a condição primária a partir da qual se configura e reconfigura a superestrutura. Isso não quer dizer que Marx entendia a superestrutura enquanto mera manifestação da estrutura econômica, a despeito das várias críticas, neste sentido, que Marx e seu colega Engels receberam. Engels, inclusive, em dado momento, rebate as críticas, explicando que se na obra de Marx tenha transparecido uma ênfase maior à importância da base produtiva na sua determinação das condições superestruturais, fazendo essas parecerem um mero reflexo, isso se teria dado exatamente para contrabalançar a pouca importância dada à base produtiva da sociedade, principalmente por aquelas correntes idealistas que permeavam o círculo intelectual da época. Ao contrário, Marx e Engels, e isso fica claro em Engels, nunca negaram à superestrutura o seu papel ativo na reconfiguração das forças produtivas.

Todavia, parece que a ênfase de Marx e Engels não se ateu exatamente ao como se articulam plenamente essas duas instâncias categoriais, quais sejam, a estrutura e a superestrutura, mas, e sim essa pareceu a preocupação central, firmar o primado da base produtiva enquanto força primeira que existe e move todo o restante do corpo social.

É nesse sentido que Gramsci desenvolve melhor o entrelaçamento da infra-estrutura e a superestrutura e, sobretudo, o papel da última no processo de determinação da hegemonia da classe dominante.

Segundo Moraes (2001),

A tese principal de Gramsci é que a superestrutura é a mantenedora das relações de classe, e que esta dominação se efetiva pelos mecanismos de hegemonia do Estado e da sociedade civil. Para superar essa hegemonia, seria necessário desenvolver uma contra-hegemonia, a qual pode ser conseguida se a classe trabalhadora, incluindo os intelectuais socialistas, promoverem a criação e o desenvolvimento de uma nova cultura em oposição à hegemonia burguesa. Ou

seja, a ênfase da transformação econômica e social recai na superestrutura, tanto no campo dos valores e normas como na visão de homem e de mundo⁷.

A classe social, segundo princípio marxista, que é a força material dominante na sociedade, é, ao mesmo tempo, sua força intelectual dominante. Gramsci acrescentou à filosofia marxista o conceito de *hegemonia*, que expressa o *consentimento* das classes subalternas à dominação burguesa, apresentando-se como a outra face do poder, a do domínio das consciências e da reprodução da ideologia (MORAES, 2001).

Para a autora a hegemonia abarca o aspecto da

Interburguesia que é a fração dominante dentro da sociedade civil e exerce o controle através de sua liderança moral e intelectual. Essa fração dirigente (que pode ser alternada, dependendo das relações de força interburguesia) detém o poder e a capacidade para articular os interesses das outras frações. Ela não impõe sua própria ideologia⁸ mas, antes, combina elementos comuns, extraídos das visões de mundo e dos interesses dos grupos aliados (idem).

Segundo Moraes (2001), o outro aspecto abarcado pela hegemonia é o da *Burguesia X proletariado*, em que a burguesia usa sua liderança política, moral e intelectual para impor sua visão de mundo como algo abrangente e universal, moldando dessa maneira os interesses e as necessidades dos grupos subordinados. Assim, embora a hegemonia seja ética e política, ela também está baseada na função decisiva da atividade econômica. E isso é feito através de um conjunto de instituições, práticas e agentes que abarcam tanto os setores produtivos e administrativos, como o político e o tecnológico.

Cabe ressaltar que, para Gramsci, entre todos esses aparelhos de hegemonia não há um poder monolítico. Perpassa entre todos a luta de classes, o que explica as mudanças e as resistências à hegemonia da classe dominante.

O *Estado* representa a hegemonia garantida pela couraça da coerção. Pode ser esquematizado na fórmula: Estado = sociedade política + sociedade

⁷ MORAES, Raquel. *Gramsci e a questão da cultura*. In: <http://www.pedagogia.pro.br>

⁸ A compreensão do conceito de ideologia como consciência falsa leva facilmente à sua formulação como uma questão meramente epistemológica centrada na dicotomia falso/verdadeiro que a despe, portanto, de todas as suas conotações políticas. A noção de ideologia aqui adotada está associada a relações de poder e a questões de interesse. Dessa forma, a ideologia está relacionada às divisões que organizam a sociedade e às relações de poder que sustentam essas divisões. Conseqüentemente, a pergunta correta não é saber se as idéias veiculadas pela ideologia correspondem à realidade ou não, mas saber a quem beneficiam (MOREIRA e SILVA, 1994, p. 21-24).

civil. O *controle da consciência* é uma arena de luta política, assim como as forças de produção. Dessa luta pelo controle da consciência é que se engendra uma determinada ideologia. Gramsci considera

a ideologia como uma concepção de mundo, cuja principal função é aglutinar, unificar, servir de cimento da estrutura dentro do Bloco Histórico. A sua articulação dá-se em três (sic) níveis: ideologia propriamente dita; estrutura ideológica que são as organizações e instituições, que criam e difundem a ideologia (Igreja, organização escolar e os meios de comunicação de massa), isto é, os instrumentos de difusão da ideologia (MINAMISAKO, 1995, p. 13).

O papel do Estado é o de um “educador” no sentido que tende a criar um novo tipo ou nível de civilização. Ele opera segundo um plano, impulsiona, incita, solicita, pune. Essas ações levam a uma “revolução passiva”, ou seja, a uma constante reorganização do poder do Estado no sentido de preservar sua hegemonia através da exclusão das massas sobre as instituições econômicas e políticas.

Portanto, é possível perceber que na arena da consciência é onde se trava a luta imediatamente principal entre as classes dominantes sobre as subalternas. Gramsci pensou em três estratégias para a superação da hegemonia: *crise de hegemonia, guerra de posição e o papel dos intelectuais*.

Moraes (2001) define esses conceitos da seguinte maneira:

a) A *Crise de Hegemonia* tem sua origem quando as classes se separam dos seus partidos e a sociedade civil amplia seu poder e autonomia, por atos impopulares dos seus dirigentes no Estado. Essa perda do *consenso* faz com que ela não seja mais dirigente, mas somente dominante, exercendo apenas a força coercitiva. Essa crise não é uma função direta das crises econômicas, embora estas também possam gerá-las. Podem ser causadas pela perda do bem estar, pela miséria, etc., e também com o auxílio das crises econômicas. É preciso que a crise ocorra em todo o complexo do poder e não apenas na instância mais imediata da hegemonia, que é o Estado.

b) A *Guerra de Posição* é o sitiamento do Estado pela classe trabalhadora, desenvolvendo e ampliando uma *contra-hegemonia* através da criação de uma cultura popular que alicerce uma nova visão de mundo, normas e valores de uma nova sociedade que substituiria o *consenso* da burguesia. Assim,

a arena da consciência seria reconstruída com uma nova visão de homem e de mundo.

A chamada *nova cultura* seria desenvolvida pelo *partido de massas*, um partido que implantasse não uma “conscientização” vertical, de cima para baixo, mas algo orgânico, que relacionasse o partido como um todo, pois seria criado por todos os envolvidos. Esse processo de construção e educação de uma contra-hegemonia teria por missão construir grandes poderes de coesão, centralização e inovação, os quais iriam minando o poder da hegemonia (idem).

c) O *papel dos intelectuais*, para Gramsci, parte da premissa de que “todos os homens são intelectuais, mas nem todos os homens desempenham na sociedade o papel de intelectuais” (GRAMSCI, 2000, p. 11-26). Nesse sentido, ele faz uma divisão a que denomina *graus de atividade intelectual*: - mais alto nível: criadores das várias ciências, filosofia, arte, etc.; - nível mais baixo: administradores e divulgadores da riqueza intelectual existente. No sistema capitalista, a escola forma os intelectuais de diversos níveis, cujas funções na sociedade civil (organismos privados + Estado) são as de organizar a hegemonia, ou seja, o *consenso espontâneo* da população. Esse *consenso* nasce do prestígio que a burguesia tem na sociedade e no aparato de coerção estatal que assegura legalmente a disciplina dos que *consentem*.

Ao pensar o processo transformador ou revolucionário, os intelectuais teriam o papel, dado a sua capacidade técnica, de atuar como elemento pensante e organizador das classes subalternas. Sua missão não é profissional, mas, como partícipes da construção de uma nova cultura pelo partido de massas, teriam a função de dirigir as idéias e as aspirações da classe à qual pertencem organicamente, tendo em vista que todos os homens são intelectuais, pensam, embora nem todos desenvolvam plenamente essa capacidade, dado a hegemonia burguesa (MORAES, 2001).

Para a autora, em Gramsci, há uma perspectiva transformadora da escola, que é a de formar os intelectuais que organizarão e formarão uma nova cultura. O objetivo da mesma é a contribuição com o processo de criação de uma contra-hegemonia à hegemonia dominante. Isso se justifica porque é na *arena da consciência* que as elites utilizam os seus intelectuais orgânicos para manter a dominação. Entretanto, dado a existência de desigualdades e injustiças torna-se necessário que as consciências sejam libertadas da hegemonia burguesa e criem uma nova cultura. E nesse processo, a escola pode ter um papel transformador.

Partindo do ponto de vista gramsciano, a educação objetiva desenvolver o intelecto, isto é, um hábito de ordem e de sistema, o hábito de relacionar todo o conhecimento novo com o que já se possui e integrá-los em conjunto e, o que é mais importante: a aceitação e o uso de certos princípios, como centro do pensamento.

À luz da teoria gramsciana, é relevante pensar em que medida uma educação que envolva a criticidade e a criatividade, possa ser conduzida como um momento - entre outros - de discussão e desenvolvimento de uma nova cultura. Neste sentido, é de fundamental importância discutir que tipo de visão de homem e de mundo fundamenta a ação dos professores envolvidos no processo educativo, quais valores eles apresentam e como se poderia aproveitar esse momento para levar adiante a construção de uma nova cultura.

1.1.1 – Cultura de massas – perspectiva gramsciana

O apoio no binômio *cultura hegemônica - culturas subalternas*, na obra de Antônio Gramsci, contribui para a compreensão do tema da cultura. O aspecto da relação cultura-povo em Gramsci - a cultura das classes subalternas - é eminentemente histórico-concreta, especificamente por suas relações com o aparelho do Estado, pois essa cultura atribui valor à práxis política.

A teorização de ideologia em Gramsci contém o problema da cultura popular e de hegemonia (de forma mais ampla). Gramsci foi o primeiro marxista que examinou a ideologia das classes populares como conhecimento por elas acumulado e suas maneiras de se ocupar com a vida. Assim, sua contribuição é a de reconhecer na ideologia um valor cognoscitivo, pois indica o processo formador das idéias, das concepções de mundo. O estatuto que rege a concepção de mundo das classes subalternas pode ser visto segundo dois aspectos:

- 1) De uma coexistência não-harmoniosa com outras culturas e ideologias, mas não necessariamente sempre conflitiva;
- 2) De uma coexistência desnivelada e sob a dominação de uma ideologia ou cultura. Coloca-se, desta forma, o princípio metodológico (e não ontológico) segundo o qual o estudo das culturas deve fazer-se sempre em contraposição. Isso não implica necessariamente que as culturas estejam explicitamente em

contraposição, mas serve para dialetizar a investigação e apontar para estratégias de construção da hegemonia (LOPES, 2001, p. 63-64).

Como toda cultura, a cultura popular possui um traço gerador e distintivo, um modo de produção e percepção simbólica que funciona como uma matriz discriminadora do possível, do provável e até do perceptível, uma lógica de representações que outorga certa coerência aos produtos simbólicos dispersos.

A sociedade de classes possui uma diversidade de situações objetivas, produção de um complexo campo de reprodução de representações, onde coexistem culturas não somente diferentes, mas desniveladas basicamente em dois planos: a *cultura hegemônica* e as *culturas subalternas*. Essas culturas são conectadas com a divisão em classes, logo com a distribuição desigual do poder e da fruição da cultura.

Os fatos culturais e os grupos sociais, em constante oposição, configuram o princípio geral da conexão classe-cultura. A partir desse princípio podemos verificar que as culturas subalternas (concepções e comportamentos) não são deduzidas da cultura hegemônica, mas têm uma espessura e uma presença sociocultural específicas, capacidade de resistência, adaptação e modificação das relações que mantêm com a cultura hegemônica. O caráter transclassista (vertical) de certos elementos culturais é a forma pela qual o ideológico se constitui em matéria básica de construção/destruição da hegemonia de classe; a cultura das classes subalternas não é um todo homogêneo, mas apresenta-se como uma vasta gama de representações de grupos que mantêm entre si relações dinâmicas nem sempre horizontais (operários, camponeses, braçais, grupos étnicos, marginais, etc.). A ambigüidade política é uma característica central da cultura de classes subalternas porque impugna e aceita a dominação simultaneamente em virtude do desnivelamento da cultura numa sociedade de classes. Não é por ser do 'povo' que a cultura popular é *a priori* revolucionária e contestadora, nem conformista e reprodutora do *status quo*.

Num enfoque epistemológico, sob a perspectiva gramsciana, estuda-se o popular como posição relacional e não como algo isolado em si mesmo. Daí a orientação para abordar o popular em contraposição à cultura oficial, no interior de uma dinâmica sociocultural de uma sociedade desnivelada e, também,

contrapor com outros tipos de 'popular' existentes nesse mesmo espaço. É possível observar, na dinâmica entre a cultura hegemônica e as culturas subalternas, as formas históricas de um produto cultural, ou seja, como esse produto transitou de um grupo para outro como consumo exclusivo destes.

Esse enfoque também proporciona uma crítica ao estudo essencialista e imanente das culturas, porque, se por um lado este estudo dá conta da produção classista da cultura, por outro impede de entender a complexidade do movimento dos processos culturais, ou seja, a compreensão da produção social da hegemonia e do domínio de classe.

O estatuto teórico do popular na cultura, na linha gramsciana, possui um outro aspecto: o popular se define não por sua origem, mas por seu uso. É popular o que é adotado, usado e consumido (e não necessariamente criado) pelas classes subalternas dentro de seu modo desnivelado de conceber o mundo, em contraposição às concepções de mundo oficiais.

Martin-Barbero (2001, p. 66) cita o exemplo do jornal quando diz que “um jornal só é popular se for adotado e consumido por grupos sociais subalternos. Por isso deve se investigar o *como, de que modo* se consome o jornal, *a causa* desse consumo por certos grupos sociais, e as *conseqüências* desse jornal para o grupo” (o que fazem com o jornal).

Evidentemente essa assunção ou reinterpretação pelo popular se faz a partir de seus esquemas básicos de percepção, ação e valorização em virtude de sua posição na estrutura de classes, o que envolve uma competência cultural, enquanto gramática ou sintaxe de produção cultural socialmente produzida em contraposição às das classes dominantes. Equivale a dizer que a contraposição não deve ser feita apenas à base da análise dos conteúdos, mas da caracterização das condições sociais de produção e consumo dos produtos culturais (MARTIN-BARBERO, 1997, p 66-67).

A idéia de consumo é um espaço também de produção de sentido, logo, de contradição. Isso é fundamental para a investigação do popular em comunicação, uma vez que rompe com a concepção do consumo como pólo sempre determinado e, portanto, passivo com relação aos pólos de produção e da mensagem e até do meio de comunicação de massa. Passa a identificar o espaço da cotidianidade com suas formas não-explicitas de luta e de resistência e abre possibilidades para investigar concretamente as formas de refuncionalização,

desarticulação e rearticulação da cultura popular dentro dos modos específicos de dominação no interior da formação social (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 116-127).

A perspectiva gramsciana sobre a relação cultura-classes subalternas abre uma nova linha de investigação do popular nas Ciências Sociais, que é a de abordar a condição cultural da subalternidade não como residual, mas como atual. Condição essa que se reatualiza nas modernas culturas em gestação, com as relações que mantêm com o mercado, com os tipos diversos de discurso e práticas consumistas, com a indústria cultural nacional e transnacional e com a lógica de seus veículos de massa. Porém, sempre a partir da especificidade que é essa subalternidade, ou seja, “o lugar social” a partir do qual são feitas todas essas relações.

No entender de Gramsci, a tarefa de toda cultura enquanto concepção de mundo consiste em conservar a unidade ideológica de todo o bloco social que é cimentado e unificado por determinada ideologia. A hegemonia é, então, a capacidade de unificar através da ideologia e de conservar unido um bloco social que não é homogêneo, mas marcado por profundas contradições de classe. A hegemonia é um conceito de grande amplitude. Opera não apenas sobre a estrutura econômica e a organização política da sociedade, mas também sobre o modo de pensar, sobre as orientações ideológicas e sobre o modo de conhecer. Segundo Gramsci,

o próprio povo não é uma coletividade homogênea de cultura, mas apresenta numerosas estratificações culturais, variadamente combinadas, estratificações que, em sua pureza, nem sempre podem ser identificadas em determinadas coletividades populares históricas (1978, p. 190).

Em 1970, houve uma relativa popularização do instrumental teórico gramsciano no Brasil (muito mais nas análises sobre política do que sobre cultura). Os estudos de Gramsci se tornaram úteis na luta contra a ditadura, omitindo toda a dimensão da cultura popular de massa, acreditando que Gramsci não tenha vivido esta fase do capitalismo cultural. O que não é verdade, pois a causa dessa omissão foi o deslocamento dessa temática, pela teoria frankfurtiana que predominava na análise crítica da cultura no Brasil na década de 1970 (LOPES, 2001, p. 63-70).

Em 1980, a teoria gramsciana se firma nos estudos sobre cultura e comunicação no Brasil com o processo de redemocratização. A entrada se faz via América Latina, por meio de intelectuais que se baseiam em Gramsci para renovar as pesquisas sobre o popular e os meios de massa, principalmente por Martin-Barbero. A partir daí são desenhados os parâmetros da linha de pesquisa em comunicação - os chamados estudos de recepção. As contribuições latino-americanas e brasileiras articulam-se objetivando a construção de uma *Teoria da Recepção*, cuja originalidade para a *Teoria da Comunicação* tende a ser reconhecida internacionalmente (*Ibid*, p. 63-70).

As pesquisas empíricas sobre leitura crítica dos meios, recepção de telenovela, lazer e cotidianidade, usos populares dos meios, culturas urbanas e outras, através desta construção teórica, mesmo sendo ainda poucas, começam a desmontar as teses existentes, em que os receptores são vistos como passivos e manipulados pelos meios de comunicação social.

Nesse sentido, a partir dessa década, há uma atualização dos paradigmas funcionalista e marxista, no âmbito da pesquisa em Comunicação. De um lado, atualmente, o funcionalismo ainda continua sendo um paradigma teórico dominante na pesquisa em comunicação social. Do outro lado, no paradigma marxista, a tendência gramsciana estará se impondo às teorizações da escola de Frankfurt sobre a comunicação e a cultura, mesmo que a teoria frankfurtiana ainda predomine nos estudos sociológicos da cultura e da comunicação.

1.2 - A Teoria da recepção de Martin-Barbero

É na América Latina que se desenvolve o pioneirismo no tema da recepção em comunicação. Entre os intelectuais latino-americanos, Jesús Martin-Barbero destaca-se como o principal teórico da corrente de investigação sobre o massivo e o popular no campo da comunicação. No conjunto de seus trabalhos, Martin-Barbero propõe três linhas de investigação sobre cultura popular, a que denomina:

- 1) Estudos do popular ao massivo, ou do processo de gestação do massivo a partir do popular;

- 2) Estudos do massivo ao popular, ou dos modos de presença/ausência, de afirmação/negação da memória popular nos atuais processos massivos;
- 3) Estudos dos usos populares do massivo, tanto dos processos de reelaboração como de refuncionalização do massivo pelo popular.

“A recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação”, observa Martin-Barbero (1995, p. 39). A recepção rompe com a concepção “etapista”, para se constituir numa espécie de metáfora de reencontro dos estudos da comunicação com a sociedade latino-americana de hoje. Ela é vista como um avanço frente aos processos de mediações que se aportam na sociedade latino-americana. Essas mediações são definidas, segundo Martin-Barbero, de acordo com seu sentido e tipo:

1ª) *Heterogeneidade de temporalidades*⁹ – Esta primeira mediação é fundamental. Ela é vista como um lugar e não como uma etapa. A história não é única e nem tem um único rumo. Novas formas de sentir e de diferentes maneiras e em diversidade de tempos se relacionam simultaneamente. É a unidade da diversidade: culturas tradicionais e ultrapassadas, clássicas e recém surgidas convivem em todas as sociedades. A dimensão histórica é introduzida nos processos de comunicação de um jeito novo, de acordo com a articulação dessa heterogênea pluralidade, em cada país ou região.

2ª) *Novas fragmentações sociais e culturais*¹⁰ – A divisão entre informação e cultura é ampliada pelas novas tecnologias de comunicação e informação, dividindo entre aquelas que são dirigidas aos que tomam decisões na sociedade, e outro tipo de informação e de cultura voltado para o entretenimento das grandes massas. É uma forma nova de produzir, mas que aprofunda a velha divisão social, a divisão estrutural de nossas sociedades de classe.

⁹ Esta questão é um dos eixos da pós-modernidade.

¹⁰ O que faz com que as pessoas se juntem? O que faz com que as pessoas se reconheçam? E o que faz com que as pessoas não se juntem e não se reconheçam?

A experiência e as relações sociais estão sendo transformadas por essas novas fragmentações, de idade, sexo, etc., que são cada vez mais trabalhadas em direções surpreendentes para nós.

Há outros tipos de fragmentação e outros tipos de divisão: novas maneiras de sentir, os novos modos de relação da juventude com a tecnologia eletrônica diferentemente da dos mais velhos, nos quais esta produz susto e medo; obsolescência muito rápida, não só nos aparatos, como também dos conhecimentos, das habilidades, das destrezas; há uma fragmentação grande entre jovens, coniventes, de empatia com nova cultura tecnológica, e o sentimento dos adultos de impedimento nessa nova sensibilidade.

Os espaços públicos e privados são reorganizados, mudando especialmente o significado da esfera pública. Existe um novo conjunto de fragmentação: fragmentações dos públicos (os meios trabalham com estes de forma cada vez mais sabiamente – homens e mulheres – mulheres de determinada profissão e idade, mulheres de cidades grandes e pequenas) - Esse discurso de fragmentação passa pela publicidade (para atingir a sensibilidade das pessoas põem em movimento outras dimensões da vida, do imaginário, outras representações do social, do cultural, do prestígio, do poder, da beleza, da juventude).¹¹

3ª) *Exclusão cultural* – É considerada uma dimensão chave da recepção. O gosto popular é desqualificado e deslegitimado pela falta de audiência de gosto e mau gosto: a) O que agrada aos receptores populares: o mau gosto, ou o sem gosto? (para Bourdieu há somente um gosto, aquele que permite distinguir-se). Exemplo de deslegitimação do gosto popular: as vulgaridades como a telenovela, a luta livre, a comédia barata norte-americana, etc.; b) a deslegitimação da cultura dos gêneros narrativos (o prestígio da cultura do autor deslegitima a cultura dos gêneros). Para explicar, Martin-Barbero exemplifica dizendo: “Um filme de gênero é de segunda categoria; um verdadeiro filme é o de Bergman ou de Antonioni. O cinema avança pelo cinema do autor. O

¹¹ Questão polêmica: Como estamos pensando a reorganização que está acontecendo, quando nossas maiorias, que quase não lêem, saem da cultura oral e entram na modernidade por meio da gramática do rádio, do cinema e da televisão? Pode-se relacionar esta idéia, por exemplo, à invenção do Folhetim no século XIX, e a leitura de Gramsci.

cinema de gênero seria um estratagema comercial para atrair pessoas ignorantes que vão ao cinema para rir do que já conhecem” (1995, p. 52); c) deslegitimação dos modos populares de recepção, dos modos populares de desfrutar as coisas (modo tumultuado, ruidoso, emocionado e apaixonado de desfrute é deslegitimado em nossa sociedade). Essa expressividade popular seria marca da ausência de cultura, de gosto e de educação.

4ª) *Demandas sociais* – As demandas sociais passam pela mediação e são dirigidas. São demandas de comunicação e de cultura que se expressam nos modos de ver, de ler e de escutar. Elas não têm forma e requerem análise minuciosa para tomarem forma.

Para analisar esta mediação é preciso saber como se expressa a sociedade civil. É por essa demanda que vemos a possibilidade da democratização da televisão. É preciso descer do pedestal de intelectual e estudar quais são as demandas culturais do povo. Na história, a multiplicidade de atores da sociedade civil não foi levada em conta para nada pelos administradores dos países latino-americanos, por isso as políticas nacionais de comunicação fracassaram (iam contra os interesses comerciais de seus donos e deixavam de fora as demandas culturais do povo, que, agradando-nos ou não, são muito diferentes das demandas sociais dos intelectuais e dos políticos de esquerda).

Após rever as mediações propostas por Martin-Barbero (2001), se faz necessário compreender os aspectos identificadores do problema da recepção na sociedade midiática. Esses aspectos são os estudos da vida cotidiana; o consumo e a investigação; a leitura como interação-comunicação; a ameaça pela crença no slogan publicitário; o desligamento do estudo da recepção dos processos de produção (MARTIN-BARBERO, 1995, 58-66).

a) *Os estudos da vida cotidiana* – a vida cotidiana é o lugar em que os atores sociais se fazem visíveis do trabalho ao sonho, da ciência ao jogo (o senso comum de Gramsci: as pessoas comuns filosofam porque pensam, duvidam, questionam, mas no sentido diverso de senso comum);

b) *O consumo e sua investigação* – prática de apropriação dos produtos sociais; lugar da diferenciação social; sistema de integração e

comunicação de sentidos, como modo de circulação e popularização do sentido; cenário de objetivação de desejos; ele é um lugar de processo ritual;

c) *A leitura como interação-comunicação* – esta é uma terceira chave conceitual que tem orientado os estudos sobre recepção na América Latina, referindo-se sobre a leitura. Martin-Barbero (1995, p. 63) pensa que os livros de Bakhtin estão oferecendo “uma proposta de mudança de lugar do texto como eixo da investigação que coloca a interação dialógica como o verdadeiro objeto da investigação cultural, chegando-se à leitura como interação-comunicação”.

d) *Estudo dos gêneros* – é um lugar-chave da relação entre matrizes culturais e formatos industriais e comerciais. O gênero é lugar de fusão e de continuidades históricas, mas também de grandes rupturas e descontinuidades entre essas matrizes culturais, narrativas, etc.

Apesar de tudo que foi exposto até aqui, Martin-Barbero atenta para alguns problemas e enganos que têm ocorrido no estudo da recepção na América Latina. Afim de que os estudos da linha gramsciana em comunicação não se esgotem em mais uma "onda" ou "moda" é necessário apontar os riscos de alguns erros trazidos pela politização da investigação em que a linha necessariamente redundante.

Em primeiro lugar está o risco em privilegiar exclusivamente os modos de reelaboração/resistência/refuncionalização dos conteúdos culturais pelas classes subalternas, outorgando escassa importância teórica aos modos de presença das ideologias dominantes nos conteúdos e práticas dessas classes.

Em segundo lugar, o risco de, por demasiada ênfase nos conteúdos culturais subalternos, contrapô-los de maneira mecânica e simplista aos outros conteúdos. É o risco de o pesquisador imputar subjetivamente um caráter contestatário ou conservador a certos elementos e práticas culturais.

E, finalmente, em terceiro lugar, o que parece ser o risco principal. O da ortodoxia a que pode levar essa linha de investigação, recusando a reflexão sobre as contribuições de outras teorias e até de outros paradigmas numa verdadeira compulsão para superá-los ou descartá-los. Parece que pouco se arrisca ou se ousa fora dos limites da segurança dada pela tradição comum.

Perdem-se assim as possibilidades de eventuais adequações e enriquecimento que outros aportes poderiam trazer à matriz marxista. É o risco, enfim, de se repudiar a própria história do desenvolvimento científico que, como foi visto, se dá antes por descontinuidades e saltos, por coexistência com a diversidade teórica, do que por uma evolução pacífica de um paradigma para outro alternativo.

É importante salientar que o objetivo do estudo da recepção, no sentido que está sendo discutido, quer resgatar a vida, a iniciativa, a criatividade dos sujeitos; quer resgatar a complexidade da vida cotidiana, como espaço de produção do sentido; quer resgatar o caráter lúdico da relação com os meios; quer romper com aquele racionalismo que pensa a relação com os meios somente em termos de conhecimento ou desconhecimento, em termos ideológicos; quer resgatar, além do caráter lúdico, o caráter libidinal, desejoso, da relação com os meios. Por isso, os dois aspectos a seguir devem ser observados atentamente:

e) *Ameaça pela crença no slogan publicitário* – o consumidor é quem tem a palavra. Temos que estudar não o que fazem os meios com as pessoas, mas o que fazem as pessoas com elas mesmas, o que elas fazem com os meios, sua leitura;

f) *Desligamento do estudo da recepção dos processos de produção, seguindo o modelo mecânico: não tem nada a ver o que se passa na economia da produção com o que ocorre na recepção* – o que faz o receptor, sem levar em conta a concentração econômica dos meios e a reorganização do poder ideológico da hegemonia política e cultural, que estão tendo lugar em nossa sociedade. Muitos pensam que a recepção é programável e que o pobre receptor não é senão uma vítima manipulada dessa recepção (um extremo). Desconhecer todos os saberes dos produtores, saberes cada dia mais especializados, mais profundos (outro extremo). Esses dois extremos não são contraditórios.

Não há uma mão invisível que coordena a produção com a recepção. Há cada vez mais investigação, mais saberes. A verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio transmite ao receptor. O consumidor não só crê, mas é com base nos modos de uso que esses aparatos são socialmente

reconhecidos e comercialmente legitimados. A recepção é um espaço de interação. O processo de recepção é processo de interação, de negociação de sentido. É um modo de interagir não só com o emissor ou com o receptor, não só com as mensagens, mas com a sociedade, com outros atores sociais, e não só com aparatos.

Neste âmbito de intercâmbio entre o emissor e o receptor, e as formas com que se elaboram maneiras de interação com o meio televisivo, tem importante valor heurístico a idéia de gênero. Ou seja, tanto na literatura, como na arte em geral, também na televisão, com as interações entre emissor e receptor e ambos tendo a sociedade como meio de barganha dos capitais em jogo, vão se estruturando gêneros, que servem como verdadeiras matrizes de sentido comunicacional, de referente para que emissor e receptor guardem dialogicidade. É essa caracterização em gêneros, por meio da qual a televisão formata suas programações, que se verá em seguida.

1.3 – A mídia como instância de reprodução social: a utilização de gêneros literários na programação televisiva

Nos estudos feitos sobre os meios de comunicação social, atualmente, observam-se duas pontas de um arco, em que numa delas encontra-se a produção e, na outra, a recepção (único modelo teórico capaz de abraçar essa realidade, traduzida num arco de que participam emissores e receptores em seu contexto social, político e econômico e cultural, numa relação negociadora de sentidos). O(s) produtor(es) faz(em) parte da sociedade, tem suas práticas culturais e suas micro-histórias. Mais certo seria falar num círculo que está em compasso com esse processo comunicativo. No entanto, círculo ou arco, os programas, articulados sobre o que se pode chamar produto ou programa, encontram-se no meio desse processo, no meio da ponte entre a estrutura macro da produção televisiva e a estrutura micro do receptor individualizado ou familiar.

Com a certeza da importância de um estudo sobre essa ponte entre o macro da produção e o micro da recepção, parte-se de alguns pressupostos sobre a sua arquitetura. De um lado, admite-se que a televisão se encontra numa

fase de transição: passando da televisão massiva para a televisão segmentada e para a cibertelevisão ou, da neotelevisão para a pós-televisão ou, da televisão fordista para a televisão pós-fordista (NOAN, 1995; GILDER, 1996; PISCITELLI, 1995; GARNHAM, 1991)¹². De outro lado, que o telespectador também se transforma, confrontado ou imerso numa história que se acelera, vivendo um tempo de mudanças profundas no sistema econômico mundial, reavivando ou desdobrando certas práticas culturais, renegociando ou recriando novos sentidos para antigas práticas ou direcionando a produção, a reformulação de conteúdos, remodelando velhas estruturas narrativas ou vivendo simbolicamente numa intersecção de diversos gêneros e mesmo de diversos meios que coabitam, imbricam e se superpõem.

Ao discutir as várias gerações do audiovisual que se sucederam ou se superpuseram no mundo, é possível considerar que essas gerações foram possíveis tanto a partir de novas tecnologias, como a partir de investimentos por parte do Estado ou por empresários, mas também por certos hábitos culturais entre a população. Por exemplo, o cinema só foi possível depois de serem resolvidos alguns entraves tecnológicos, junto com a disposição das empresas de investirem no desenvolvimento desse novo meio, bem como da existência de hábitos culturais da população em se deslocar para espaços públicos a fim de participar de atividades culturais.

As tecnologias mais recentes, como a televisão, por exemplo, que medeiam os programas, tornaram desnecessário o deslocamento do público, que, agora, pode ficar em casa e ao mesmo tempo ter acesso a esses produtos. Por outro lado, o receptor tem experiência com diversos tipos de programas, que se sucedem, mudando apenas de suporte e mantendo a matriz que lhe deu origem (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 266; MAZZIOTTI, 1996, p. 13; BORELLI, 1996, p. 171). É bem conhecido o percurso da telenovela, que vem de estruturas narrativas já aproveitadas pelo rádio, pela fotonovela ou pelo folhetim. Ou, por exemplo, a reativação das estruturas narrativas dos contos de fadas através da televisão, os chamados contos de fada eletrônicos. Esses programas podem ser agrupados em grandes blocos - ou gêneros - a partir de pontos comuns e de

¹² Apud WOLTON, 1996, p. 15 – 19.

diferenças quanto à sua evolução, suas estruturas narrativas, modalidade de produção ou, enfim, da relação que estabelecem com o público.

O propósito deste trabalho é precisamente o de analisar parte da programação televisiva. As informações resultantes deste estudo foram tratadas em termos de gênero a que pertenciam. Nesse sentido, é que se faz necessário desenvolver uma reflexão da programação televisiva enquanto mercadoria, sua estruturação em gêneros, as características dos gêneros enquanto produtos e os gêneros enquanto categorias e suas relações com a audiência.

Os programas de televisão podem ser vistos sob a ótica da mercadoria. Em 1993, quando 177 países assinaram o acordo do GATT¹³, o mesmo quase fracassou por causa dos desacordos em três áreas: agrícola, têxtil e audiovisual. Os dois primeiros foram resolvidos a partir de concessões de parte a parte. No entanto, a França conseguiu que os audiovisuais ficassem de fora. Em outras palavras, filmes e programas de televisão não seriam regidos pelo GATT, pois os franceses e, depois outros países europeus, conseguiram proteger sua produção cinematográfica e sua programação de televisão.

Na discussão estavam frente a frente duas maneiras de encarar os produtos culturais, entre eles os programas de televisão. De um lado, a França, defendendo a idéia de que um filme ou um programa de televisão é mais do que uma simples mercadoria; do outro, os Estados Unidos, propugnando pelo livre fluxo do comércio e, dentro dele, dos produtos culturais (CANCLINI, 1994, p.176). As discussões pareciam ecos de debates acadêmicos que vêm de muito tempo, mas que tiveram força especialmente com os escritos de alguns autores da chamada Escola de Frankfurt, que denunciaram a mercantilização da cultura, que passaria pelas mesmas técnicas industriais (produção em série, padronização, etc.), provocando sua degradação. A polêmica que antes acontecia no espaço da academia penetrou a economia e a política, tomando boa parte da última fase das discussões do GATT.

¹³ Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (General Agreement on Tariffs and Trade) criado em 1948 para regular provisoriamente as relações comerciais internacionais, e que se tornou o instrumento que, de fato, regulamentou as relações comerciais entre os países por quase 50 anos, realizando oito rodadas de negociações, sendo a última a “Rodada Uruguai” que iniciou em 1986 e, ao final da qual em abril de 1994, criou-se a OMC (Organização Mundial do Comércio) e passou a vigorar em 1995.

Canclini (1994), ao falar do consumo cultural, lembra que as grandes massas, sobretudo nos países periféricos têm limitado a sua incorporação à cultura global pelo acesso exclusivo à primeira etapa das indústrias audiovisuais: os programas de entretenimento e a informação que circula pelo rádio e pela televisão de acesso gratuito. Alguns grupos (minoritários) das classes médias e populares puderam atualizar e sofisticar a sua informação como cidadãos ao participar de uma segunda etapa no uso dos meios de comunicação, que abrange os circuitos de televisão a cabo, educação ambiental e sanitária, a informação política através do vídeo, etc. (CANCLINI, 1995, p. 212). O autor conclui que só pequenas faixas das elites empresariais estão conectadas às formas mais ativas de comunicação, isto é, a esse terceiro sistema que inclui o fax, o correio eletrônico, as antenas parabólicas e o intercâmbio lúdico que se estendem desde a filmagem de vídeos amadores até a construção de redes internacionais de tipo horizontal. Acredita-se que essa análise seja correta e o que interessa aqui diz respeito a essa programação da televisão massiva de que ele fala. No entanto, o foco se deslocará, momentaneamente, da instância de recepção ou de consumo para a instância da produção. Isso quer dizer que a mudança de foco privilegiará a programação dentro de um circuito econômico, na forma de mercadoria.

O interesse de analisar o programa enquanto mercadoria não ocorre apenas entre pesquisadores adeptos de uma teoria crítica da televisão, iniciada por Adorno. O próprio Martin-Barbero, que flexibilizou procedimentos da teoria crítica e reintroduziu a análise do receptor como personagem chave, afirma que o conceito de indústria cultural formulado por Adorno e Horkheimer partia da 'unidade de sistema' e que esta unidade estaria relacionada com a lógica da indústria, apresentando dois aspectos principais: "a introdução na cultura da produção em série, 'sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distingue do sistema social, e a implicação entre produção de coisas e produção de necessidades', de tal forma que a força da indústria reside na unidade com a necessidade produzida" (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 85).

Martin-Barbero destaca a perda de autonomia da arte, em suas interpretações críticas, causada pela sua incorporação ao mercado como um *bem cultural*. Com a perda de estilo da arte, *sua coerência estética se esgota na*

imitação. Assim, a arte que, produzida pela indústria cultural, reduz-se à identificação de uma fórmula.

Numa análise centrada mais no produto em si, enquanto mercadoria e seus conflitos, de um lado com a esfera da indústria e, do outro, com a esfera da arte, alguns pontos básicos devem ser considerados, sendo o primeiro deles o fato de que a criação artística não ocorra tanto na realização desse tipo de mercadoria cultural, mas na sua concepção. E é precisamente nessa fase de concepção que a expressão artística torna-se um elemento central, fase em que artistas e profissões ligadas à arte (por exemplo, técnicos e diretores de arte) e trabalhadores de outros setores profissionais, que não são vistos usualmente como artistas (editores e até mesmo críticos) participam.

A maioria das pessoas envolvidas na fase da concepção do produto cultural, diferente de muitas indústrias, é ligada ao editor ou ao produto, não pelas relações salariais que são a norma nas sociedades capitalistas, mas por um complexo sistema de *royalties* e direitos de reprodução. Antes, uma empresa de automóveis comprava a patente de um gênio isolado, agora ela aluga centenas de engenheiros. É o que ocorre com a produção cultural, mesmo com algumas empresas do setor de publicação audiovisual tendo pessoas assalariadas em sua folha de pagamento. Ainda nessa reflexão sobre o trabalho do artista dentro dos produtos culturais, aí se incluindo os produtos audiovisuais, a tendência de socialização do processo de trabalho, cada vez mais complexo, e a necessidade de se manter uma aura de atividade artística e, então, a independência e isolamento dos artistas, produzindo mercadorias culturais que devem continuar a trazer a marca do gênio e do único e não aparecerem como emanadas de laboratórios de pesquisa.

Os programas televisivos e as matrizes de gêneros - O estereótipo é a característica fundamental na produção cultural massiva. Os artigos são fabricados a partir de modelos preexistentes, seguindo normas e padrões de produção já consagrados pelos consumidores. Na programação televisiva, os bens culturais – os programas – se adequam aos estereótipos fundamentados nos gêneros. Embora presentes na literatura desde os gregos (lírica, epopéia, drama), os gêneros sofrem uma reciclagem e se transformam no momento em

que se difundem nas diversas manifestações culturais, estabelecendo, inclusive, os formatos dos programas televisivos. Funcionando como a base da produção nos meios audiovisuais, os gêneros servem aos produtores televisivos como estratégia para conquistar os telespectadores.

Os gêneros, portanto, em permanente estado de fluxo e redefinição, articulam-se, mesclando particularidades, conformando novas sínteses, restituindo velhas histórias. Conceituados como mitologias, reposições arquetípicas, restituições seletivas, estruturas narrativas, matrizes tradicionais, expressões de ideologia e poder, os gêneros encontram-se presentes em toda e qualquer forma literária, e também em produções sonoras e audiovisuais (BORELLI, 1996, p. 176).

Os gêneros, assim como na literatura, caracterizam os programas televisivos, conferem-lhes forma e delimitam os clichês associados a cada produção. Neste contexto, os gêneros são propriedades discursivas, que determinam as características da mensagem (forma, conteúdo e temática) e a sua diferenciação das demais. Interferindo na mensagem veiculada, o gênero está relacionado com o panorama social, político e econômico de cada época. Estudar gêneros, portanto, tem sentido apenas pela existência histórica dos mesmos. Os gêneros são estruturas em constante evolução; as formas genéricas antigas se mesclam com as recentes. Os gêneros estão sempre se fundindo e transformando, dando origem a novas formas.

A visão do gênero como uma estrutura profunda ou superficial, presente no inconsciente coletivo, deixa transparecer a preocupação com seu caráter social, e, portanto, histórico. Essa estrutura responde pelo sistema formalizado de signos que são assimilados consensualmente pela sociedade como um todo, fazendo parte da gramática das obras. É este caráter textual e intertextual dos gêneros que permite a configuração de um sistema de relações entre conteúdos, formas, papel discursivo, atos lingüísticos, ou seja, sendo os gêneros as formas de comunicação estabelecidas pela cultura, eles são reconhecíveis dentro de determinadas comunidades sociais (WOLF, 1984, p. 189).

As condições de um gênero em um dado momento histórico determinam como ele é entendido e como cada texto individual se encaixa nas categorias disponíveis. Existe um processo de construção social, pois os gêneros não são categorias neutras e meramente descritivas, eles envolvem formas características de elaborar o texto comunicativo, além de influenciar nas tendências características de relações interpessoais e significados. Deste modo, são as áreas centrais dos programas que determinam o significado e o gênero desses bens culturais. O gênero é entendido tanto como produto, quanto como processo, sistema e performance. Partindo desta premissa, gêneros não são apenas mediações entre instâncias do processo comunicativo, mas podem configurar-se como uma destas instâncias (BORELLI, 1995, p. 178).

Na produção cultural, a padronização (produção em série) ocorre quando não há mais atividade do espectador que, rendido ao estereótipo, permite a assimilação da obra ao esquema que serve de ligação entre as expectativas daqueles que o produzem e daqueles que o recebem, ao mesmo tempo. O gênero influi diretamente na estética, no discurso, na forma final do produto, delimitando estereótipos e o modo como cada produto vai atuar junto aos produtores e receptores (BORELLI, 1996, p. 180; MAZZIOTTI, 1996, p. 13).

As matrizes genéricas fazem interferência - O gênero é uma categoria formada e permeada por três instâncias, que são a produção industrial, a textualidade e as expectativas das audiências. O gênero, na ótica da indústria, determina a forma de fazer o produto e a mensagem que este transmite, antecipando as reações dos receptores. O conteúdo (texto) do produto é estipulado de acordo com 'convenções, formulações e limites' impostos pelo gênero (MAZZIOTTI, 1996, p.13).

Para Nora Mazziotti, os gêneros não servem apenas para pautar a recepção, mas também a produção, tendo funções econômicas de assegurar público para os programas¹⁴. Através da linguagem, do conteúdo, da estética, do estilo, do ritmo, do cenário, dos tipos de personagens, os públicos reconhecem o

¹⁴ Conferência proferida no seminário sobre TV a cabo no Cone Sul, ocorrido em 1997 na cidade de Porto Alegre.

gênero de um programa. Essa classificação também tem funções práticas de organização da produção televisiva na estruturação da grade de programação.

A identificação dos produtos culturais com matrizes genéricas já existentes ou em formação, portanto, constitui uma tática mercadológica para formar um artigo comercial. Obedecendo-se a alguns modelos que sustentam a atenção da audiência, há a imposição de um padrão e o controle das produções é mantido. Os produtores preferem o costumeiro e o habitual, já aceitos pelo público, à inovação e, conseqüentemente, ao risco. O gênero pode ser conceituado como a estrutura de reconhecimento que governa a produção institucional, o mercado e a distribuição de textos e a seleção de consumo deles.

Uma das táticas de domínio da indústria cultural é a estereotipização, uma vez que os estereótipos são elementos essenciais para a organização e antecipação das experiências da realidade social que o sujeito leva a efeito. A estipulação de gêneros para classificar o conteúdo da televisão determina, por isso, o desenvolvimento de formas rígidas e fixas que definem o comportamento das audiências, apontando o caminho mais seguro e confiável para a obtenção do lucro (WOLF, 1985, p. 82). Não há formas de entender como os gêneros funcionam para os espectadores sem compreender como são interpretados pelos produtores (MARTIN-BARBERO, 1995, p. 40).

O gênero pode, também, ser analisado enquanto produto - Ao ser analisado deste ponto de vista, ou seja, a partir do discurso que caracteriza, no caso do dado estudado, um programa televisivo, as formas genéricas interferem na textualidade dos programas e atuam como meios de conhecimento cultural, pois toda formação cultural tem certos tipos de textos estipulados. Gênero, então, é um sistema formal de definições estáveis, um tipo de mapa de estradas cultural, pronto para estruturar qualquer programa. Na análise de filmes, a classificação genérica é baseada na análise dos discursos, na maneira como os textos (re)formam e (re)criam particulares discursos. Assim, o gênero pode ser visto como uma variante ou uma subespécie do intertextual.

O gênero determina a caracterização do produto (incluindo fatores sociais, profissionais, morais, psicológicos, sexuais, etc.). Nos produtos cinematográficos, os gêneros influenciam a técnica, a manipulação da imagem, a

seleção da música, a importância dos astros e o papel do diretor. Ou seja, o gênero determina como as produções serão compostas e identificadas.

A utilização dos gêneros televisivos como estratégia de mercado é uma forma de 'controlar' as audiências. Por isso, são encarados como sistemas de orientação, expectativas e convenções que circulam entre indústria, texto e sujeito, e não apenas como formas de codificação textual. Ele funciona como um agente regulador, processando significados, definindo espaços e controlando a interação entre textos e espectador. No caso da TV, os estereótipos são utilizados como formas de reduzir os espectadores a um comportamento inconsciente por parte da indústria cultural, e permitem a produção massiva dos bens culturais.

O gênero pode ser definido pela construção conjunta de significados, a partir dos bens culturais, por produtores e audiências. Os desejos e as expectativas dos telespectadores e dos produtores se encontram no gênero do programa televisivo e, estão em permanente negociação com o aparato industrial, já que o gênero é, primordialmente, uma estratégia de mercado. Os produtores investem nos estereótipos já consagrados e conhecidos pela audiência, proporcionando ao telespectador o prazer conhecido.

Mazziotti define os gêneros como familiares, pois as matrizes genéricas acionam mecanismos de recomposição da memória e do imaginário coletivo de diferentes grupos sociais. Assim se firma o pacto: os produtores insistem nas fórmulas de sucesso e os telespectadores satisfazem as suas expectativas em relação ao programa, reconhecendo-o. As audiências já estão tão adaptadas aos gêneros estabelecidos pela televisão, que os identificam pelo próprio título, pois estão condicionadas pelo pacto (1996, p. 14).

Percebendo os gêneros como estratégia de leitura, postula-se que os espectadores buscam a *chave* da matriz genérica do programa que estão assistindo para, então, entenderem o que está se passando na história. O gênero pode ser considerado estratégico no processo comunicacional, enraizado em diferentes culturas, onde é *lugar-chave* da relação entre matrizes culturais e formatos industriais e comerciais.

É possível distinguir duas culturas na sociedade: a *cultura gramaticalizada* (o prazer do espectador corresponde ao conhecimento da

gramática de produção do texto televisivo); e a *cultura textualizada* (o desconhecimento da gramática leva o espectador a buscar outro texto, outro gênero). Por exemplo, as pessoas que, movidas por suas preferências, conhecem tudo sobre telenovelas, assistem várias, e se tornam verdadeiros especialistas no gênero, sem conhecer sua produção.

O discurso moldado pelo gênero pode servir a diferentes objetivos e interesses. Atuando como estratégias de comunicabilidade, fato cultural e modelo articulado às dimensões históricas do espaço em que são produzidos e apropriados, os gêneros congregam, na mesma matriz cultural, referenciais comuns tanto a emissores e produtores como ao público receptor. A teoria das mediações, proposta por Martin-Barbero, situa o gênero como elemento de mediação entre produtores, produtos e receptores culturais, e como elemento de articulação de duas lógicas: a do produto e a dos usos sociais (sujeitos e receptores).

Para o autor não existe possibilidade de separar o estudo da recepção dos processos de produção, pois se deve "levar em conta a concentração econômica dos meios e a reorganização do poder ideológico da hegemonia política e cultural, que estão tendo lugar em nossa sociedade" (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 158).

Ideologias podem ser associadas ao discurso presente em cada gênero. Ou seja, se a análise dos gêneros for feita sob o ponto de vista da recepção, a interferência do gênero nas audiências não será observada. Assim, os gêneros manifestam-se também como instrumentos de regulamentação das instituições culturais, desempenhando uma função ideológica.

Este comportamento das audiências é chamado por Adorno de 'modelo de atitude do consumidor', que parte do pressuposto de que o gênero de um programa televisivo determina antecipadamente a maneira como o conteúdo transmitido vai ser percebido pelo receptor, assim como as expectativas do mesmo (ADORNO, 1954, Apud MARTIN-BARBERO, 2001, p. 75-82).

Nas relações que estabelece entre a produção e a recepção, o gênero televisivo também é considerado pela limitação que impõe ao processo produtivo da programação, além de criar um modelo que condiciona as audiências. Uma

vez que se concebe que os gêneros podem operar em categorias que determinam significados e definem formas, o que está envolvido é um processo de limitação da significação potencial de um programa, no caso da televisão. Dos gêneros provêm os possíveis formatos para a construção, combinação e transmissão de discursos e histórias.

A coerção do gênero não se limita à leitura da audiência, interferindo também nos produtores que, na tentativa de atrair o público, repetem velhos modelos de programas que apresentaram bom desempenho na tela da televisão. Na estipulação destes padrões, os gêneros originais servem de guias, modelos de orientação, funcionam como categorias universais que articulam as variadas transformações resultantes do processo da mistura das formas genéricas clássicas. Através da memória individual, grupal e coletiva, que é acionada pela história universal e pela apropriação que outros textos fazem desses gêneros originais, ocorre a reposição das matrizes genéricas.

Grades, gêneros e programas - A televisão, sob o ponto de vista da produção, é resultado do caráter industrial e comercial, significando uma grande concentração de capital. Neste veículo, a tecnologia avançada conjugada com o trabalho coletivo produz um texto que é recebido pelo telespectador através da mediação física do aparelho de TV. O programa televisivo, portanto, pode ser considerado como resultado de um conjunto de trabalhos técnicos específicos, nos quais interferem os referenciais culturais de produtores e audiências.

O gênero interfere e molda o discurso televisivo, influenciando sua relação com os receptores e configurando-se como estratégia de produção das programadoras, permeando as etapas de concepção, produção e recepção desse discurso. Por isso, é essencial que se verifique de que forma ele aparece na programação televisiva.

No caso o programa “Malhação”, estudado no capítulo quatro, se enquadra na classificação de “gênero ficcional, do tipo série ou folhetim” (um programa que mostra a suposta realidade de jovens adolescentes em idade escolar). Este tipo de gênero está enquadrado como uma categoria da classificação apresentada logo em seguida.

Existem os programas *ficcionais* que correspondem às categorias relacionadas a seguir: *desenho animado*: programas ficcionais de animação; *ficção*: programas que contam histórias, verídicas ou não, em diferentes subgêneros e formatos (BORELLI, 1995, p. 71-88).

Subgêneros dos programas ficcionais: *melodrama* (narrativas que apresentam exacerbação de sentimentos entre os personagens - novelas, soap-operas, etc); *juvenil* (narrativas com temáticas adolescentes e jovens);

Borelli (1995, p. 171-178) classifica os formatos dos programas ficcionais, gravados ou filmados, exceto os desenhos animados em: a- *filmes* (produções cinematográficas) em longa ou curta metragem; b- *telenovelas* (produções televisivas evoluídas da radionovela e do melodrama, apresentando uma história, composta por núcleos de personagens que giram em torno do protagonista e que tem média de 150 capítulos) apresentadas de segunda à sexta-feira, em episódios de 45 minutos; c- *minisséries* (mininovelas que variam de uma semana a um mês de duração, e têm número restrito de personagens); d- *seriado* (trama de um ou mais personagens, em histórias fechadas em cada episódio, tem uma unidade entre cada edição, sendo histórias independentes); e- *série* ou *folhetim* (uma produção intermediária entre a telenovela e o seriado, tem continuidade entre os capítulos e o entendimento da história está comprometido com a seqüência de episódios)¹⁵.

Por fim, apresenta-se o gênero *Publicidade*: programas ou blocos de programação (intervalos comerciais na TV aberta) destinados a fazer a promoção e venda de produtos.

Muitas modificações têm ocorrido nos produtos televisivos com a finalidade de adaptá-los aos gostos populares e conquistar mais mercados publicitários, principalmente. Estas alterações, cujo principal objetivo é a conquista de audiência, são facilmente percebidas ao analisar os formatos das produções televisivas. Alguns programas consagrados como seriados, hoje merecem a denominação de séries ou folhetim, segundo a classificação adotada,

¹⁵ As séries geralmente são evoluções de seriados de sucesso, que se estendem e se adaptam ao gosto crescente do público pelo formato da telenovela, diferenciando-se desta pelo estilo cinematográfico e pela exibição menos freqüente.

uma vez que suas histórias não terminam no mesmo capítulo e exigem que o telespectador acompanhe as aventuras do herói por dias, e até mesmo semanas.

A categoria *ficção* e os formatos nos quais esta se enquadra têm outras peculiaridades. Os programas de ficção recebem muitas influências do tipo de formato em que são produzidos. Além das especificações resultantes do gênero de produção, o formato interfere fortemente no modo como o programa será concebido, executado e recebido. Por exemplo, não há como omitir as características específicas da narrativa dos seriados (o previsível final, onde todos os conflitos se resolvem no último bloco; o herói que sempre luta pelos mais fracos; o conflito central que nunca é completamente resolvido, pois do contrário o seriado acabaria) que são bem diferentes das que aparecem nas telenovelas, ou nos filmes. E estas características são comuns a quase todos os seriados, não interessando se a produção é uma comédia, um policial ou um seriado de ficção científica.

O formato também interfere na linguagem, na estética visual, nos tipos de personagens, nos temas abordados em cada programa. Deste modo, ocorre uma mistura tão forte entre as características dos gêneros e formatos de cada produto, que se torna difícil avaliar se determinada influência é resultado de um ou de outro. Parece ser uma tendência que, em muitos produtos televisivos, o formato passe a interferir tanto na produção quanto no gênero. Por este motivo, se afirma que muitas das regras estipuladas na realização de um programa são mais "formatais" que genéricas, isto é, são resultantes do formato escolhido para o programa e não do gênero.

A difusão dos gêneros nos veículos de comunicação data da segunda metade do século XIX, segundo Borelli (1995, p. 171-178), com o surgimento da imprensa massiva. Os gêneros estenderam seu uso para outros campos e com outros fins. Desde a sua evolução a partir dos modelos gregos, até sua disseminação e consagração na literatura, os gêneros poderiam ser definidos como diferentes formas de contar histórias. Do binômio comédia e tragédia, passando pelo épico e pelo drama, o gênero ramificou-se e instituiu-se em variadas formas que compreenderam o romance, o suspense, a aventura, entre outros. O 'contar a história' era definido pelo gênero escolhido.

As histórias dos livros transportaram-se para as páginas dos jornais, com o advento da imprensa¹⁶. O jornalismo apresentava uma estrutura literária e formal, na época. A urbanização crescente, as novas tecnologias e a influência da forma americana de fazer jornalismo determinaram as mudanças na imprensa brasileira, direcionando-a para a síntese, a imparcialidade, a objetividade, o uso do *lead* (resumo do texto no primeiro parágrafo deste) e da pirâmide invertida (hierarquizar as informações do texto, segundo sua importância). Os gêneros jornalísticos firmaram-se a partir de duas categorias básicas, que, para atender à objetividade e à síntese, deviam ser claramente definidas e diferenciadas: a opinião e a notícia.

O cinema também se apropriava dos gêneros literários para definir a sua forma de contar histórias. Daí, gêneros literários foram adaptados à linguagem audiovisual, criando-se, assim, novos estilos e formatos, ainda fiéis, entretanto, aos velhos estereótipos já estabelecidos e obedecendo às já comprovadas fórmulas de sucesso. Depois de dominarem o cinema, as velhas formas de contar histórias apoderaram-se da televisão. Este veículo, apresentado em 1939, nos EUA, evoluiu a partir de novas tecnologias, configurando-se em canais de transmissão aberta, e, posteriormente, em canais por assinatura, estruturados no pagamento de mensalidades por parte da audiência beneficiada.

O cinema foi substituído pela televisão como entretenimento do povo, embora seus usos e funções tenham superado em muito seus objetivos iniciais. A TV instituiu-se como espetáculo. A TV desde que era uma raridade nas casas, e as pessoas se reuniam para assistir aos novos programas, até os dias de hoje, com uma tecnologia altamente superior, tem como objetivo divertir as audiências. Os programas, em sua maioria, se destinam deliberadamente ao entretenimento, e mesmo os produzidos para informar, ou ensinar (lembrando que nenhum programa é puramente de um gênero, apresentando nuances de vários), o fazem como um *show*.

Como a programação visa majoritariamente ao entretenimento, a publicidade, presente nos intervalos, surge com uma produção apurada, com

¹⁶ Assim, o Brasil leu, no formato folhetinesco, obras como 'A Moreninha', de Joaquim Manuel de Macedo, ou 'Os Sertões', de Euclides da Cunha (publicado posteriormente como o primeiro livro-reportagem brasileiro).

trilha sonora, artistas conhecidos, efeitos diversos e visual irrevogável, complementando o espetáculo. Este caráter foi se consolidando com o tempo, e os outros gêneros que compõem o espectro televisivo convergiram para esta tendência. Já o melodrama pode ter seu índice garantido pelo fato de as novelas constituírem a grande estratégia das emissoras brasileiras para a conquista das audiências, uma vez que já se consagraram como o produto televisivo brasileiro por excelência¹⁷.

A observação dos dados identificados neste estudo corresponde às idéias de Martin-Barbero (2001) sobre as funções ideológicas do gênero. De fato, é necessário levar em conta a concentração econômica dos meios e a reorganização do poder ideológico da hegemonia política e cultural, que estão tendo lugar na sociedade. De outra forma, seria difícil compreender a supremacia americana na produção ficcional. Considerando que os programas de ficção constituem boa parte da programação televisiva, sendo o gênero mais expressivo em número de horas, daí o significado da importância desse domínio¹⁸.

Nesta perspectiva, observa-se até que ponto os gêneros congregam referenciais culturais dos produtores que também fazem parte do repertório cultural dos receptores e promovem a mediação entre as esferas produtiva e de recepção, ou, ao contrário, tentam impor um padrão cultural respaldado por uma dominação econômica. Destaca-se aqui que esta hegemonia foi verificada apenas pela programação vista, sendo que cada telespectador terá leituras diferenciadas sobre as mensagens assistidas (estudo que poderá ser feito num momento posterior). Com isso, vale lembrar que não é possível determinar com exatidão de que forma as audiências perceberão a mensagem, uma vez que os referenciais de cada indivíduo irão interferir nesse processo.

A identificação dos gêneros e formatos com os países produtores é um fenômeno bem freqüente, principalmente no campo ficcional. Por exemplo, assim como os seriados são identificados, em sua maioria, com os EUA, as telenovelas, que constituem o formato básico do melodrama, são um produto tipicamente

¹⁷ As informações da reflexão feita neste texto foram fundamentadas em: BORELLI (1995 e 1996) e Martin-Barbero (2001).

¹⁸ Segundo Martin-Barbero (2001), só o melodrama, as telenovelas, não é dominado pelas produções *made in USA*, tendo um grande percentual de produções mexicanas e brasileiras.

latino-americano. Vê-se que alguns gêneros são tão característicos dos países de origem, que resistem a cópias e adaptações locais.

Percebendo a relação entre os países produtores e os programas televisivos, o gênero além de constituir uma estratégia de produção, também pode atuar como um agente ideológico, na medida em que congrega os referenciais dos produtores que devem ser identificados pelas audiências. Isto se torna evidente quando se analisa a matriz cultural que compõem os diferentes gêneros encontrados na programação televisiva.

Conclui-se que a TV aparece como o grande **homogeneizador** universal do final do século XX. Em todo mundo predominam os programas de entretenimento, jogos e prêmios, além dos *talk shows* (programas de auditório) e das telenovelas, seja nos países desenvolvidos ou não. Parece que este é um fenômeno social e comercial. Os programas são adaptados (ou nem tanto) de outros países. É a homogeneização resultante da globalização, embora, cada país possa apresentar caracterizações locais para esta programação universal, constituindo o fenômeno da 'glocalização'.

A regionalização da programação é, também, uma tendência atual. Este comportamento se deve à lógica econômica que condiciona a programação. Vai ao ar o que tiver maior viabilidade econômica, e alcançar a credibilidade de seus mercados regionais, apresentando uma programação na qual o público se reconheça e que conquiste sua simpatia, garantindo um bom nível de audiência e faturamento. O telespectador espera ver notícias e assuntos sobre sua vida, sua realidade, além de programas com maior possibilidade de uma suposta 'interatividade'. Tais expectativas das audiências reforçam as intenções dos produtores de atrair a publicidade local, e aumentar as divisas da empresa. A programação firma-se, então, como estratégia de mercado e os gêneros dos programas estão sempre orientados, em última análise, à obtenção de lucro.

Não obstante o produtor atenda as necessidades do telespectador com interesse na lucratividade, confirmando que a relação entre a produção e recepção se submeta a uma mera relação de comércio, deve-se lembrar que, ainda assim, como mostrou Barbero anteriormente, a condição do receptor é de autor, ou seja, não se submete à mera extremidade passiva e dominada. Tal nos

faz pensar na necessidade da localização do sujeito histórico numa teoria social que dê conta dos novos condicionantes históricos, ao mesmo tempo, que mostre a perspectiva do fazer histórico. Para tal, uma releitura dos pressupostos teóricos de Marx parece útil, mas com perspectiva de avançar por teóricos que partem dessa perspectiva, onde se localizará a contribuição da Agnes Heller e sua teoria da emergência e submergência das esferas heterogêneas da sociedade, com destaque especial para a emergência da esfera da cotidianidade e a compreensão de suas especificidades estruturais e dinâmicas.

CAPÍTULO 2 – AS ESFERAS HETEROGÊNEAS DA SOCIEDADE – TEORIA SOCIAL DE AGNES HELLER

Com o objetivo de oferecer uma teoria social que dê conta de sua complexa estrutura e dinâmica e, ao mesmo tempo das possibilidades de localização do ser humano nela como sujeito histórico, aborda-se aqui a importante contribuição que parece ter trazido a Escola de Budapeste, como uma das mais proeminentes escolas neomarxistas da contemporaneidade. Destaca-se nesta escola, o pai intelectual e fundador, Georg Lukács e, seus importantes seguidores intelectuais como: Agnes Heller, Ferenc Fehér, György Márkus e Mihály Vajda, que são os discípulos mais próximos.

A Escola de Budapeste se destaca exatamente por partir da concepção do marxismo como *ontologia do ser social*¹⁹, se opondo assim contra duas perspectivas teóricas da filosofia da práxis. De um lado, a reação é contra o historicismo subjetivista que dissolve as objetivações humanas em sua gênese social imediata e, de outro lado, reage contra as versões “estruturalistas” do marxismo, que substituem a dimensão ontológico-social por um epistemologismo formalista e anti-histórico.

É por isso que Heller e a Escola de Budapeste são associadas à linha de pensamento conhecida por humanismo marxista. E isto, sobretudo, por causa do resgate do papel ativo do indivíduo no contexto das múltiplas determinações sociais que atuam como causalidades do fazer histórico dos indivíduos. Além disso, pelo fato de que os próprios condicionantes do fazer histórico não são identificados como uma realidade estática e morta, como se verá logo abaixo.

Desse modo, a Escola tem despontado na medida em que os estudos empreendidos pelos seus membros se ativeram sobre vários estágios socialmente significativos do desenvolvimento humano, procurando situar de modo concreto as estruturas e as mudanças estruturais naquele processo histórico-ontológico que deve ser explicitado por uma correta compreensão do método de Marx.

¹⁹ O ser social é de natureza diferente do que o da realidade natural. Para estabelecer o valor do ouro, por exemplo, não se o faz através de uma análise química, e, não obstante, o ouro tem um valor indubitável para qualquer sociedade. E isto porque está presente o elemento social na constituição do *ser* das coisas e mesmo de entes abstratos ou transcendentais como Deus. Pode-se lembrar aqui da passagem em que Marx ironiza a refutação kantiana da existência de Deus, dizendo que Deus existiu sim, inclusive para aqueles que não acreditaram Nele.

Dentro dessas mudanças estruturais nunca fugiu de vista a localização dos homens que concretamente desenvolvem a história. Nesse sentido, Heller vai afirmar que a substância da sociedade é a própria história e que “a sociedade não dispõe de nenhuma substância além do homem, pois os homens são os portadores da objetividade social, cabendo-lhes exclusivamente a construção e transmissão de cada estrutura social” (1992, p. 2).

Todavia, não se trata do homem indivíduo, o portador da substância social, uma vez que esse jamais pode comportar a infinitude das relações humanas, como também não quer identificar tal substância com o que Marx chamou de ‘essência humana’, mas senão, tal substância significa a própria “história da explicitação da essência humana” (HELLER, 1992, p. 2). Além disso, “a substância da sociedade não contém apenas o essencial, mas também a continuidade de toda a heterogênea estrutura social, a continuidade dos valores” (idem, p. 2-3).

Por fim, “a substância da sociedade – diz Heller –, só pode ser a própria história” (idem, p. 3).

Mas esta história não implica um movimento uniforme e homogêneo, mas, pelo contrário, sua substância “é estruturada e amplamente heterogênea. As esferas heterogêneas, segundo Heller, são: ”a produção, relações de propriedade, estrutura política, vida cotidiana, moral, ciência, arte, etc.” (1992, p. 3). E as relações que se estabelecem entre essas esferas são sempre hierarquizadas, embora não do tipo par essência-aparência, ou seja, não há uma hierarquia universal e fixa, sempre existindo um movimento de reestruturação dessas esferas, fazendo com que em determinado período da história emerja uma e outrora outra. Portanto, as relações de hierarquia que existem entre as esferas é sempre do tipo primária e secundária. Todavia, Heller reconhece, como marxista que é, que a movimentação dessas esferas entre si segue a dinâmica das forças produtivas que é a “instância primária com relação ao desenvolvimento da estrutura total da sociedade” (1992, p. 3).

Em entrevista concedida pouco antes de sua morte, Lukács ressaltou que do seu grupo se destaca de modo particular Agnes Heller, no sentido de ser um dos membros mais produtivos. Para fundamentar seu juízo, chama a atenção

para a importância, na época, das três últimas obras de Heller – *A Ética de Aristóteles*; *O Homem do Renascimento*; e, *A Vida Cotidiana*. Nessas obras, se revelaria a grande maturidade intelectual alcançada por Heller, bem como o eixo central daquilo que Lukács chama de “renascimento da ontologia marxista”²⁰.

O comentário de Lukács sobre essas três obras, no sentido de enaltecer a maturidade intelectual se justifica quando afirma que as duas primeiras não são meras análises históricas, ou seja, ao analisar a filosofia platônica e aristotélica, fornecendo uma visão de conjunto de sua totalidade filosófica, bem como de fornecer uma exata e dinâmica representação da época intelectual do Renascimento, Heller teria, a partir dessas análises sobre épocas em que a alienação estava pouco avançada e em que a distância entre as potencialidades do gênero humano e a riqueza dos indivíduos ainda não era muito grande, tirado a problemática que a levou a escrever sua mais madura obra até hoje – a monografia sobre a *Vida Cotidiana*. Segundo Lukács, essa obra oferece, a partir de seu tema principal, o inteiro sistema dinâmico das categorias da atividade e do pensamento cotidiano.

Nascida em 1929, em Budapeste na Hungria, Heller formou-se em filosofia na Universidade Eötvös Loránd, onde foi também aluna de Lukács. Talvez pela própria formação tenha sempre se ocupado de investigar as relações entre a ética e a vida social. Todavia, foi essa temática que a levou, provavelmente, a analisar mais proximamente a estrutura e dinâmica da sociedade, tornando-se inclusive pesquisadora do Instituto Sociológico de Budapeste e membro do conselho de redação da revista iugoslava *Práxis*.

2.1 – Dinâmica das esferas heterogêneas da sociedade

Primeiramente, ao apontar a discussão sobre a dinâmica a que segue o entrelaçamento entre essas diversas esferas heterogêneas da sociedade, citadas anteriormente, entende-se que Heller oferece uma análise mais refinada ao modo como se relaciona a estrutura e a superestrutura sociais.

²⁰ Trecho da entrevista dada por Lukács e inserida nas notas que Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder fazem sobre Agnes Heller. Coutinho e Konder são os tradutores de *O Cotidiano e a História*, de Agnes Heller, onde estão estas notas.

Em segundo lugar, a utilidade da teoria de Heller ainda parece contribuir para uma discussão sempre polêmica no âmbito das ciências sociais, ou seja, o modo como se pode entender o binômio indivíduo-sociedade ou, em outras palavras, o entrelaçamento entre as esferas micro e macro da vida social. Essa discussão é oportuna e mesmo essencial para o entendimento adequado do que é a sociedade, quais as condições que oferece a todos nós e, principalmente, quais as condições de cada indivíduo produzir a história.

Lukács, de quem Heller foi seguidora e mesmo colaboradora teórica, afirma que essa refunde e explicita um ressurgimento das categorias ontológico-sociais marxistas nos anos de 1980, ao se referir à obra²¹ da qual faremos a apreensão das categorias de análise nesta pesquisa – *O Cotidiano e a História*.

Heller, nessa obra, inicia sua reflexão a partir da frase de Marx que afirma que o homem faz a história, mas sob condições dadas. É daí que a pensadora desdobra todas as questões em que discute, de um lado, as condições em que o homem particular pode produzir a história e, de outro, se há um sentido objetivado exterior na própria história ou, se de outro modo pode por-se a questão do sentido que supomos existir no processo da vida social.

Para a discussão da primeira questão, qual seja, a das condições em que o homem particular pode produzir a história, afirma que, de fato, como já dissera o próprio Marx, esse está condicionado. Todavia, estas condições não são um amontoado de objetos mortos, nem os próprios meios de produção, mas são a unidade de forças produtivas, a estrutura social e as formas de pensamento, ou seja, “um complexo que contém inúmeras posições teleológicas, a resultante objetiva de tais posições teleológicas” (HELLER, 1992, p.1-2).

Quanto à segunda questão, a de se há um sentido objetivado na história, Heller se posiciona determinantemente em sentido contrário. O que quer dizer, que não há um sentido na história social em si, mas senão, o sentido que cada indivíduo dá a partir dos diversos sentidos dados pelos demais indivíduos. A teleologia é aqui pensada como finalidade dada ao processo da vida, não uma

²¹ Trata-se, na verdade, de uma coletânea de textos que contém temas importantes que foram abordados em outras obras de forma mais detalhada, ou, são artigos publicados em revistas especializadas. Assim, por exemplo, o segundo texto *Estrutura da Vida Cotidiana*, contém os elementos centrais que são abordados com mais detalhes na obra *A Revolução da Vida Cotidiana*, publicada em 1982.

finalidade exterior, existente em si mesma, mas uma finalidade que cada indivíduo dá a partir das condições que lhe são dadas. Estas condições são, como visto acima já, as posições teleológicas (que funcionam como causalidades) dos demais indivíduos, com quem este estabelece múltiplas e constantes relações. Para Heller, a partir da interpretação de Marx, as categorias de causalidade e finalidade são, portanto, duas categorias ontológico-sociais fundamentais para o entendimento de como se dá o processo de construção da história e qual o papel do indivíduo nela.

Pode-se concluir que a história não é nem tampouco um processo que os indivíduos dominam por inteiro a partir das determinações e escolhas assumidas, nem, tampouco, um processo exterior, autoconsciente e determinado ao qual os indivíduos simplesmente submetem seus destinos e, assim, um processo cego que os indivíduos põem em movimento e sob nenhuma condição de controle.

Então para Heller, a história é o processo de construção e de degenerescência dos valores, que sempre se encontram explicitados em instituições como uma estrutura social concreta, uma comunidade, organização ou idéia, alguma exigência social. Assim, as esferas heterogêneas, tais como expostas acima, elas mesmas, são um fenômeno axiológico, ou seja, um valor. Assim, o surgimento dessas esferas no decorrer da história ou o seu desaparecimento (na verdade não desaparecem mais, quando uma vez surgidas, mas apenas submergem enquanto esferas essenciais que condicionam as teleologias individuais) que se reflete no próprio conteúdo interior dessas esferas, é o próprio desdobramento do movimento histórico.

Segundo Heller, configura-se em dada sociedade concreta uma hierarquia entre as esferas heterogêneas da sociedade, mas não que haja uma hierarquia universal determinada e fixa. Há sim, uma espécie de prioridade da esfera básica que é a produção, chamada de instância primária.

Sendo assim, se assevera a necessidade de identificar quais transformações aconteceram na esfera produtiva e no conjunto das relações entre os valores das diversas esferas heterogêneas de modo a permitir o entendimento,

durante o século XX e início do século XXI, da emergência de uma nova esfera da complexa heterogeneidade social: que é a esfera da cotidianidade.

Todavia, não se trata desse interesse nesta pesquisa, ou seja, que fatores sociais podem ser identificados a partir dos rearranjos produtivos que implicaram na movimentação das esferas e na sua reestruturação hierárquica. O objetivo nesta pesquisa é apenas identificar, a partir da análise do Programa Malhação da Rede Globo de Televisão, elementos que possam identificar características da esfera da cotidianidade.

Por isso, abordar-se-á agora, com mais cuidado, o que é essa esfera da cotidianidade através de suas características e a dinâmica social que em seu interior lhe é própria.

2.2 – Estrutura da vida cotidiana

A vida cotidiana é o espaço de vivência do homem total, ou seja, em que estão em jogo todas as habilidades, faculdades e potencialidades do ser humano. Essas habilidades, segundo Heller, são “todos os sentidos, todas as suas capacidades intelectuais, suas habilidades manipulativas, seus sentimentos, paixões, idéias, ideologias” (1992, p. 17).

Pelo fato do homem do cotidiano pôr em funcionamento todas essas capacidades ele é um homem “atuante e fruidor, ativo e receptivo, mas não tem nem tempo nem possibilidade de se absorver inteiramente em nenhum desses aspectos; por isso, não pode aguçá-los em toda sua intensidade” (HELLER, 1992, p. 17-18).

Assim, a cotidianidade representa essa singularidade da vivência de cada indivíduo, o que, por outro lado, não significa dizer que o ser humano possa se desligar totalmente de sua identidade humano-genérica, isto é, sua identificação com o ser ontológico-social coletivo. O contrário é também, da mesma forma, verdadeiro, ou seja, não é possível ao ser humano que viva somente a realidade humano-genérica “a ponto de poder desligar-se inteiramente da cotidianidade” (HELLER, 1992, p. 17).

Heller define, dessa forma, a cotidianidade como heterogênea e isso, principalmente, “no que se refere ao conteúdo e à significação ou importância de nossos tipos de atividade” (1992, p. 18). Tais atividades são as que formam as chamadas partes orgânicas da vida cotidiana, como: “a organização do trabalho e da vida privada, os lazeres e o descanso, a atividade social sistematizada, o intercâmbio e a purificação” (idem, p. 18).

Além dessa heterogeneidade, tais atividades assumem concretamente na história uma certa hierarquia. Não se trata de uma hierarquia fixa, imutável e universal, mas ela mesma é sempre um produto do arranjo histórico, suscetível ao próprio movimento das diversas esferas heterogêneas. Heller aponta que esses movimentos das partes orgânicas da vida cotidiana estão para a própria dinâmica “das diferentes estruturas econômico-sociais” (1992, p. 18).

A cotidianidade é também a esfera na qual todos os homens já nascem, sendo, portanto, um processo inalienável da experiência humana. Dessa forma, “o homem nasce já inserido em sua cotidianidade” (Heller, 1992, p. 18). E é nesse espaço da cotidianidade que o homem se amadurece, na medida que “o indivíduo *adquire todas as habilidades imprescindíveis para a vida cotidiana da sociedade (camada social) em questão*”²². Por fim, “é adulto quem é capaz de viver por si mesmo a sua cotidianidade” (HELLER, 1992, p. 18).

Se todos já nascemos na cotidianidade isso também significa que a vida cotidiana assume caráter fundamental na própria dinâmica histórica. Heller dirá que

A vida cotidiana... está no ‘centro’ do acontecer histórico: é a verdadeira ‘essência’ da substância social. ...As grandes ações não cotidianas que são contadas nos livros de história partem da vida cotidiana e a ela retornam. Toda grande façanha histórica concreta torna-se particular e histórica precisamente graças a seu posterior efeito na cotidianidade (1992, p. 20).

A vida cotidiana também é identificada como a vida do indivíduo. E esse indivíduo é simultaneamente considerado enquanto ser particular e genérico ao mesmo tempo. Todavia essa particularidade assume uma especificidade própria no ser humano que não se encontra em nenhum outro ser vivo mais. Para exemplificar o que isso quer dizer, Heller afirma que para se poder saber a

²² A parte em itálico é da própria Heller.

propriedade essencial de várias folhas de árvores de um mesmo gênero, bastaria identificar o que tem de essencial a partir da leitura dessas propriedades de uma só folha pertencente àquele gênero. No entanto, tal não seria possível com o indivíduo humano, uma vez que esse, além de isolado, é também individual, e, assim sendo, a essência humana não poderá ser encontrada em um só indivíduo.

Essas características da particularidade social do ser humano são fundamentais para o entendimento do homem.

A unicidade e irrepitibilidade são, nesse ponto, fatos ontológicos fundamentais. Mas o único e irrepitível convertem-se num complexo cada vez complexo [sic], que se baseia na assimilação da realidade social dada e, ao mesmo tempo, das capacidades dadas de manipulação das coisas; a assimilação contém em cada caso (inclusive no do homem mais primitivo) algo de momento 'irredutível', 'único' (HELLER, 1992, p. 20).

Observa-se assim, que a síntese que cada homem pode produzir, a partir do que a sociedade disponibiliza, é o que salienta exatamente uma relativa autonomia, a caracterização do homem como ser humano ativo, aquele sentido da história que somente o homem particular pode estabelecer, sua posição teleológica. Heller faz, dessa forma, desprender a vida do homem particular daquelas determinações mais rígidas e inflexíveis da sociedade, entendendo por essa aqueles determinantes da base produtiva e todas as objetivações sociais que se erguem a partir daquela. Esta última interpretação é que se dá tão facilmente para aquela corrente estruturalista do marxismo, onde o pêndulo indivíduo/sociedade queda visivelmente para as condições dadas e não tanto para aquilo que o indivíduo pode fazer com elas.

Portanto, é no indivíduo que se resolve sempre aquilo que é particular – essa unicidade e irrepitibilidade – e aquilo que é genérico e partilhado socialmente. Indivíduo e sociedade, não são, portanto, duas categorias ontológicas que se antepõe ou se separam, mas, que se fundem na particularidade do *Eu*. Além do que, o indivíduo já representa esta síntese do particular e do humano-genérico, como se verá logo à frente.

Primeiramente, ao considerar aquilo que acontece na particularidade, pode-se observar o indivíduo que se orienta para a satisfação das necessidades que sempre são percebidas nessa condição, isto é, enquanto necessidades do “Eu”.

As necessidades humanas tornam-se conscientes, no indivíduo, sempre sob a forma de necessidades do *Eu*. O 'Eu' tem fome, sente dores (físicas ou psíquicas); no 'Eu' nascem os afetos e as paixões. A dinâmica básica da particularidade individual humana é a satisfação dessas necessidades do 'Eu'. Sob esse aspecto, não há diferença no fato de que um determinado 'Eu' identifique-se em si ou conscientemente com a representação dada do genericamente humano, além de serem também indiferentes os conteúdos das necessidades do 'Eu' (HELLER, 1992, p. 20).

Além dessas necessidades, é também na particularidade que acontece esse questionar último, essa síntese única sobre como se vê o mundo e o conhece.

Todo conhecimento do mundo e toda pergunta acerca do mundo motivados diretamente por esse 'Eu' único, por suas necessidades e paixões, é uma questão da particularidade individual. 'Por que vivo?', 'Que devo esperar do Todo?' – são perguntas desse tipo. A teleologia da particularidade orienta-se sempre para a própria particularidade, ou seja, para o indivíduo (HELLER, 1992, p. 20-21).

Além do aspecto da particularidade, o indivíduo também é caracterizado pelo ser genérico, isto é, "o genérico está 'contido' em todo homem e, mais precisamente, em toda atividade que tenha caráter genérico, embora seus motivos sejam particulares" (HELLER, 1992, p. 21).

Para exemplificar, Heller afirma que o trabalho tem freqüentemente motivações particulares, embora a atividade do trabalho efetivo seja sempre uma atividade do gênero humano, porque socialmente necessário. Assim como também seriam genéricos os sentimentos e as paixões, porque servem para expressar a substância humana. E particulares seriam as formas de manifestação dessas paixões e sentimentos (HELLER, 1992, p. 21).

Por fim, o indivíduo humano é essa identidade que sintetiza tanto a particularidade quanto a realidade humano-genérica, embora que essa última nunca esteja plenamente presente em um só indivíduo.

Enquanto indivíduo... é o homem um ser genérico, já que é produto e expressão de suas relações sociais, herdeiro e preservador do desenvolvimento humano; mas o representante do humano-genérico não é jamais um homem sozinho, mas sempre a integração (tribo, demos, estamento, classe, nação, humanidade) – bem como, freqüentemente, várias integrações – cuja parte consciente é o homem e na qual se forma sua 'consciência de nós' (HELLER, 1992, p. 21)

Porém, vale destacar alguns aspectos que dizem respeito à questão da consciência. A presença da particularidade e da genericidade no indivíduo se dá

de duas formas. Ou seja, essa dualidade existencial “funciona consciente e inconscientemente no homem” (HELLER, 1992, p.22).

Na medida que o indivíduo é constituído tanto pela particularidade quanto pela genericidade, ele se comunica, enquanto singularidade, com um e com outro. E nessa comunicação ambos os elementos tornam-se conscientes.

Contudo, “é comum a toda individualidade a escolha *relativamente* livre (autônoma) dos elementos genéricos e particulares” (HELLER, 1992, p. 22). Heller faz questão de sublinhar esta relatividade da escolha dos elementos genéricos e particulares e aponta ainda que o grau de individualidade pode variar. E isto porque, “o homem singular não é pura e simplesmente indivíduo...; nas condições da manipulação social e da alienação, ele se vai fragmentando cada vez mais ‘em seus papéis’” (1992, p. 22).

Por isso, o desenvolvimento do indivíduo humano, embora não exclusivamente, é sempre algo resultante da “função de sua liberdade fática ou de suas possibilidades de liberdade” (HELLER, 1992, p. 22).

Essa liberdade do indivíduo é entendida como um processo de superação da separação dos dois elementos – particularidade e genericidade humana – enquanto funcionamento desses apenas em si, não havendo um processo de conscientização do humano-genérico pela particularidade singular. É assim que a liberdade na condição de possibilidades de explicitação resulta na “*unidade* do indivíduo, a *aliança* de particularidade e genericidade para produzir uma individualidade unitária” (HELLER, 1992, p. 22).

Heller chama de *muda união vital*, essa situação em que o indivíduo ainda não efetivou a união da sua particularidade à sua genericidade humana. “Quanto mais unitária for essa individualidade, tanto mais rapidamente deixa de ser aquela muda união vital do genérico e do particular a forma característica da *inteira vida*” (1992, p. 22). No entanto, esse processo de união do genérico mais o particular será sempre um processo mais ou menos forte e mais ou menos consciente, nunca se concretizando de forma plena.

Essa união entre os elementos da particularidade e genericidade humana no indivíduo pressupõe ao menos uma condição ontológico-social em

que haja “um relaxamento da relação entre a comunidade portadora do humano-genérico e o próprio indivíduo, o qual dispõe de um certo *âmbito de movimento no qual pode escolher sua própria comunidade e seu próprio modo de vida* no interior das possibilidades dadas” (HELLER, 1992, p. 22).

Apesar desse movimento possível ao indivíduo, a unidade individual não deixa nunca de ser mera tendência, mera possibilidade. Heller traça uma análise mais dramática, afirmando que “a esmagadora maioria da humanidade jamais deixa de ser, ainda que nem sempre na mesma proporção, nem tampouco com a mesma extensão, *muda unidade vital de particularidade e genericidade*. Os dois elementos funcionam em si e não são elevados à consciência” (1992, p. 23).

É essa ausência da unidade entre a particularidade e genericidade humana na maioria das pessoas, que Heller chama de unidade vital muda entre os dois elementos do indivíduo. Ou seja, “os choques entre particularidade e genericidade não costumam tornar-se conscientes na vida cotidiana; ambas submetem-se sucessivamente uma à outra do aludido modo, ou seja, ‘mudamente’” (1992, p. 23).

Os principais momentos da vida cotidiana podem ser compreendidos a partir de algumas características fundamentais do comportamento humano típico da cotidianidade.

Neste sentido, uma primeira característica da vida cotidiana é a *espontaneidade*.

A espontaneidade caracteriza tanto as motivações particulares (e as formas particulares de atividade) quanto as atividades humano-genéricas que nela têm lugar. O ritmo fixo, a repetição, a rigorosa regularidade da vida cotidiana (que se rompem quando se produz a elevação acima da cotidianidade) não estão absolutamente em contradição com essa espontaneidade; ao contrário, implicam-se mutuamente (HELLER, 1992, p. 30).

A espontaneidade da vida cotidiana é necessária, pois é através dela que se internalizam costumes das exigências sociais e dos modismos, atividade que na maioria das vezes não é tematizada. A forma espontânea da vida cotidiana se dá justamente porque não é possível que todas as atitudes e habilidades do indivíduo sejam intensamente pensadas e refletidas.

Pois, se nos dispuséssemos a refletir sobre o conteúdo de verdade material ou formal de cada uma de nossas formas de atividade, não poderíamos realizar nem

sequer uma fração das atividades cotidianas imprescindíveis; e, assim, tornar-se-iam impossíveis a produção e a reprodução da vida da sociedade humana (HELLER, 1992, p. 30).

Essa espontaneidade não se expressa apenas por meio da assimilação do comportamento costumeiro, consuetudinário, “mas também no fato de que essa assimilação faz-se acompanhar por motivações *efêmeras*, em constante alteração, em permanente aparecimento e desaparecimento” (HELLER, 1992, p. 30).

Outra característica da vida cotidiana é o *economicismo*, isto é, “*toda* categoria da ação e do pensamento manifesta-se e funciona exclusivamente enquanto é imprescindível para a simples continuação da cotidianidade” (HELLER, 1992, p. 31). No entanto o ser humano não equaciona o que é imprescindível e o que não o é com base em cálculos científicos ou, com plena exatidão, donde sucede que o ser humano equaciona seus pensamentos e atitudes com base na probabilidade, da possibilidade. “Jamais é possível, na vida cotidiana, calcular com segurança científica a conseqüência possível de uma ação. Nem tampouco haveria tempo para fazê-lo na múltipla riqueza das atividades cotidianas” (HELLER, 1992, p. 30).

Compreende-se, todavia, que o homem de ciência possa estar em melhores condições de lançar mão do uso da razão e do exercício de autoconsciência diante e no fluxo das atividades rotineiras da vida. Mesmo assim, não é viável que, mesmo a postura do cientista que melhor lança mão do uso sistemático da razão, o possa fazer a todo e qualquer momento.

A atividade cotidiana também é marcada pelo caráter *pragmático*. Trata-se de uma

unidade *imediate* de pensamento e ação na cotidianidade. As idéias necessárias à cotidianidade jamais se elevam ao plano da teoria, do mesmo modo como a atividade cotidiana não é práxis. A atividade prática do indivíduo só se eleva ao nível da práxis quando é *atividade humano-genérica consciente*; na unidade viva e muda de particularidade e genericidade, ou seja, na cotidianidade, a atividade individual não é mais do que uma *parte* da práxis, da ação total da humanidade que, constituindo a partir do dado, produz algo novo, sem com isso transformar em novo o já dado (HELLER, 1992, p. 32).

Outra característica da cotidianidade é a *ultrageralização*. “Os juízos ultrageralizadores são todos eles *juízos provisórios* que a prática confirma ou,

pelo menos, não refuta, durante o tempo em que, baseados neles, formos capazes de atuar e de nos orientar” (HELLER, 1992, p. 34).

Dessa forma, a característica da ultrageneralização está estreitamente vinculada à outra característica da vida cotidiana que são os *juízos provisórios*. “Os juízos provisórios (e os preconceitos) são meros exemplos particulares de ultrageneralização. Pois é característico da vida cotidiana em geral o *manejo grosseiro do ‘singular’* (HELLER, 1992, p. 35).

Outra característica da vida cotidiana encontra proximidade maior com a característica dos juízos provisórios. Trata-se do uso de *precedentes*. No entanto “o precedente tem mais importância para o conhecimento da situação que para o conhecimento das pessoas. É um ‘indicador’ útil para nosso comportamento, para nossa atitude” (HELLER, 1992, p. 36).

Portanto, o uso de precedentes não se trata de um “mal”, mas é apenas negativo “quando nossa percepção do precedente nos impede de captar o novo, irrepetível e único de uma situação” (HELLER, 1992, p. 36).

A *imitação* é outra característica do cotidiano. Para Heller “na assimilação do sistema consuetudinário, jamais procedemos meramente ‘segundo preceitos’, mas imitamos os outros. Sem mimese, nem o trabalho, nem o intercâmbio seriam possíveis” (1992, p. 36).

A última característica levantada por Heller é a *entonação*, que tem uma importância grande tanto na configuração dos tipos de atividade e de pensamento do ser humano quanto na avaliação dos outros, na comunicação, etc..

O aparecimento de um indivíduo em dado meio ‘dá o tom’ do sujeito em questão, produz uma atmosfera tonal específica em torno dele e que continua depois a envolvê-lo. A pessoa que não produz essa entonação carece de individualidade, ao passo que a pessoa incapaz de percebê-la é insensível a um aspecto importantíssimo das relações humanas. Mas conservar-se preso a essa realidade tonal seria outro tipo de ultrageneralização, mais no terreno emocional, nesse caso, que naquele dos juízos (HELLER, 1992, p. 36-37).

Heller chama a esse fenômeno de “preconceito emocional”, pois é um preconceito que tem suas bases na ultrageneralização.

Todos os elementos característicos do comportamento e do pensamento cotidianos formam uma conexão necessária... Todos têm em comum o fato de

serem necessários para que o homem seja capaz de viver na cotidianidade (HELLER, 1992, p. 37).

O que Heller quer demonstrar, em suma, é que “*não há vida cotidiana sem espontaneidade, pragmatismo, economicismo, andologia (probabilidade), precedentes, juízo provisório, ultrageneralização, mimese e entonação*” (1992, p. 37). Contudo, tais características não poderão se cristalizar, se tornar em absolutos, mas, senão, devem permitir sempre uma margem de movimentação do indivíduo, com o pesar de, não existindo tal margem de movimentação, criar-se a condição para a alienação da vida cotidiana. E, ao considerar a alienação sempre em face de alguma coisa, é, no caso em questão, uma alienação “*...em face das possibilidades concretas de desenvolvimento genérico da humanidade*” (HELLER, 1992, p. 37) No que se refere à especificidade da vida na esfera da cotidianidade, Heller alerta que, “a vida cotidiana, de todas as esferas da realidade, é aquela que *mais se presta à alienação*” (1992, p. 37). E para justificar a posição, argumenta dizendo que “por causa da coexistência ‘muda’, em si, de particularidade e genericidade, a atividade cotidiana pode ser atividade humano-genérica não consciente, embora suas motivações sejam, como normalmente ocorre, efêmeras e particulares” (1992, p. 37).

Mas não é necessariamente que a vida cotidiana seja uma vida alienada. “Embora constitua [a vida cotidiana] indubitavelmente um terreno propício à alienação, *não é de nenhum modo necessariamente alienada*” (HELLER, 1992, p. 38).

Na verdade, é importante essa margem de movimento que o indivíduo possui, dependendo da estrutura em que o indivíduo está historicamente situado, como se vê nas palavras de Heller.

Fica sublinhado, mais uma vez, que as formas de pensamento e comportamento produzidas nessa estrutura podem perfeitamente deixar ao indivíduo uma margem de movimento e possibilidades de explicitação, permitindo-lhe – enquanto unidade consciente do humano-genérico e do individual-cultural – uma condensação ‘prismática’, por assim dizer, da experiência da cotidianidade, de tal modo que essa possa manifestar-se como essência unitária das formas

heterogêneas de atividade próprias da cotidianidade e nelas objetivar-se (1992, p. 38).

O referencial que permite equacionar de forma mais adequada quais as condições de alienação da esfera da cotidianidade de uma determinada época, se relaciona, em última instância, ao grau de alienação da base produtiva. “Quanto maior for a alienação produzida pela estrutura econômica de uma sociedade dada, tanto mais a vida cotidiana irradiará sua própria alienação para as demais esferas” (HELLER, 1992, p. 38).

Por isso, de épocas em épocas, o grau de alienação irradiado pela esfera da cotidianidade está para a forma como as condições da estrutura econômica alienam o indivíduo produzindo essa distância entre as possibilidades de desenvolvimento dos indivíduos humanos de um lado e o desenvolvimento humano-genérico de outro.

Existe alienação quando ocorre um abismo entre o desenvolvimento humano-genérico e as possibilidades de desenvolvimento dos indivíduos humanos, entre a produção humano-genérica e a participação consciente do indivíduo nessa produção. Esse abismo não teve a mesma profundidade em todas as épocas nem para todas as camadas sociais; assim, por exemplo, fechou-se quase completamente nas épocas de florescimento da polis ática e do Renascimento italiano; mas, no capitalismo moderno, aprofundou-se desmesuradamente (HELLER, 1992, p. 38).

Mas, independente da época histórica, que é responsável pela amplitude do abismo (ou seu contrário) entre o humano-genérico e as possibilidades de desenvolvimento dos indivíduos, duas coisas devem ser consideradas. Por um lado, mesmo quando esse abismo era menor, jamais foi ou pôde ser superado inteiramente pelo indivíduo. De outro lado, a superação desses dois elementos enquanto desenvolvimento que caminha paralelamente, mudamente, rumo à construção do indivíduo unitário, isto é, para a construção do homem inteiro, sempre foi uma possibilidade mais real de alguns poucos homens, restando para a grande maioria da massa, esse abismo.

Mas, as condições modernas propiciadas pela estrutura econômica, teriam contribuído para o aprofundamento desse abismo, isto é, essa contradição

muito acentuada entre as possibilidades de desenvolvimento do indivíduo e o desenvolvimento humano-genérico. Neste contexto, “a estrutura da cotidianidade alienada começou a expandir-se e a penetrar em esferas onde não é necessária, nem constitui uma condição prévia de orientação” (HELLER, 1992, p. 39). Aqui, Heller se refere ao avanço da esfera da cotidianidade em áreas como a ciência e a arte, esferas em que, em princípio, não são necessárias as características próprias da cotidianidade para servir de orientação do indivíduo nessas esferas.

As esferas da arte, ciência e política, na verdade, não são esferas alheias totalmente da esfera da cotidianidade. Não é possível uma barreira rígida e intransponível entre as esferas, como se vê em seguida.

Basta aludir à função desempenhada pelos **precedentes** na atividade política, pela **analogia** na comparação científica e artística, pela **mimese** ou pela **entonação** na arte. Mas essa limitada comunidade ou universalidade de categorias jamais significou uma identidade estrutural com, ou uma assimilação pelas, formas de atividade e conteúdos da cotidianidade. Em troca, a ciência moderna, ao colocar-se sobre fundamentos pragmáticos, ‘absorve’, assimila a estrutura cotidiana; e, **quando a arte moderna decide escolher como temas as efêmeras motivações** e resolve fazer abstração da essência da vida humana, da constante oscilação e da interação entre a cotidianidade e a não-cotidianidade, **a cotidianidade absorve inclusive a arte**. A aludida estrutura, que na cotidianidade não aparece como um fenômeno de alienação, é necessariamente manifestação de alienação na arte, na ciência, nas decisões morais e na política. E é evidente, com efeito, que a estrutura cotidiana só começa a expandir-se ‘para cima’ quando ela própria já é alienada (HELLER, 1992, p. 39). [**grifos nossos**]

A característica dessa modernidade que se constitui, assim, com potencialidades maiores de determinar o processo ideologizante, apesar da liberdade fática propiciada ao indivíduo de se movimentar entre as esferas, juntamente com esses elementos pontuados por Heller a respeito de como a própria arte pode ser permeada pela cotidianidade, motivam esta pesquisa a analisar e interpretar como a “arte” é constituída nessas formas mais massificadas que as condições básicas de produção engendraram, ou seja, a mídia.

É no quarto capítulo, desta pesquisa, em que se abordará de forma mais cuidadosa essa absorção, pela arte, das características da cotidianidade, isto é, na medida que o cinema passa absorver um gênero literário – folhetim – e o adequar a uma nova formatação (televisiva), dividindo elementos de conteúdo e formato com características que são próprias da cotidianidade, como já anteriormente aludidas.

Finalmente, todavia, apesar de o abismo ter aumentando com o advento do capitalismo no sentido de impedir a superação da cotidianidade rumo à conquista do humano-genérico, Heller lembra que

... a vida cotidiana não é alienada necessariamente, em consequência de sua estrutura, mas apenas em determinadas circunstâncias sociais. Em todas as épocas, existiram personalidades representativas que viveram numa cotidianidade não-alienada; e, dado que a estruturação científica da sociedade possibilita o final da alienação, essa possibilidade encontra-se aberta a qualquer ser humano (1992, p. 39).

De certa forma, é isso que também motiva esta pesquisa, na medida em que o conhecimento, fruto de sistemática reflexão sobre a realidade que nos cerca hoje, deve ser compreendido, conscientizado, com vistas, igualmente, à superação da cotidianidade, rumo ao humano-genérico, ao âmbito da moralidade, do compromisso detido com as opções morais que se põem a todos. É assim que deve ser superada essa *muda união vital* entre a particularidade e genericidade humana do indivíduo para a construção do *homem inteiro*.

Por essa razão, acredita-se no processo educativo do ser humano, na capacidade de, apesar das determinações causais que o tempo histórico apresenta, ser possível ao ser humano se conscientizar nele, se elevar ao humano-genérico. Assim, parece necessário pensar a própria condição do processo educacional, certamente reconfigurado também a partir da presença massiva das novas tecnologias de informação e comunicação, da mídia televisiva. É neste terceiro capítulo que se trabalhará a compreensão de educação com que se trabalha nesta pesquisa e em que também se acredita. Porém, ver-se-á também que novos desafios a esfera da educação guarda.

CAPÍTULO 3 – A ESFERA EDUCACIONAL E A INTERFACE COM O CAMPO DA COMUNICAÇÃO

Como perceber a presença dos meios de comunicação dentro do contexto educacional? É esse o objetivo deste capítulo, ou seja, pensar a interface da esfera da educação com a esfera da comunicação.

3.1 – Campo educacional

Parte-se da noção de que a educação, acima e antes de tudo, é uma prática social mais ampla e que permeia toda a estrutura social. Porquanto, uma análise que pretenda focar os meios de comunicação (a mídia televisiva, através de um programa de gênero folhetinesco da Rede Globo de Televisão – Programa Malhação), sua estrutura, especificidades e finalidades, implica, segundo a compreensão que se tem aqui, numa análise de um processo e mediação que atua como fator educativo no interior da sociedade.

Não se trata de pensar os meios de comunicação enquanto instrumentos formais da atividade educativa, mas, de uma atividade educativa não-formal, conforme **observa** Libâneo (1999, p. 87).

O objetivo aqui não é caracterizar minuciosamente tudo o que está implicado na esfera educacional, nem, também, as diversas conceituações de educação. Igualmente, não há interesse em caracterizar a dinâmica e os processos da educação escolarizada, para a partir disso, analisar como se insere a temática da mídia, enquanto formas mediatizadas de aprendizagem de conceitos, habilidades, atitudes, uma cosmovisão e, como isso, sistematicamente, afeta o contexto pedagógico na prática escolar cotidiana. No máximo, podem-se tirar orientações do que e como novas frentes de pesquisa se fazem necessárias, para agora focar como o ensino formal – escolarizado – deve responder a esta nova realidade, uma vez que se interpenetra com as outras modalidades informais e não-formais de educação. Neste caso, como se configura a educação formal escolarizada a partir da interferência dos meios de comunicação de massa.

O que interessa, é pensar os próprios meios de comunicação como instâncias educativas e presentes entre tantos outros agentes educadores na sociedade e que afetam intencionalmente a construção do desenvolvimento humano.

Assim, uma vez entendendo que os meios de comunicação tomam parte da prática educativa da sociedade, entendem-se também eles como construtores do homem inteiro. Dessa forma, a

educação é o conjunto das ações, processos, influências, estruturas, que intervém no desenvolvimento humano de indivíduos e grupos na sua relação ativa com o meio natural e social, num determinado contexto de relações entre grupos e classes sociais. É uma prática social que atua na configuração da existência humana individual e grupal, para realizar nos sujeitos humanos as características de 'ser humano' (LIBÂNEO, 1999, p. 22).

Trata-se, portanto, de apenas traçar algumas linhas gerais da esfera educacional e com isso apontar para a articulação do objeto em estudo aqui com o âmbito educacional e, se possível, indicar que implicação possa ter em eventuais pesquisas posteriores a serem feitas, bem como, a indicação de alguns novos desafios na esfera da prática escolar e docente, considerando a temática em foco aqui.

Primeiramente, compreende-se que investigar a emergência da esfera da cotidianidade num programa televisivo que é assistido pela maioria dos alunos pesquisados, e, na medida que a pesquisa não está exatamente preocupada com o que acontece na instituição escolar, mas sim, com o programa apontado como preferência e tentar inquirir o que há neste que possa contribuir para o conhecimento sobre a complexidade da prática educativa hoje em curso na sociedade como uma totalidade educativa, não implica confirmar desvio de enfoque de pesquisa sobre a *educação brasileira* (proposta do mestrado), nem ainda, entende-se, da linha de pesquisa de *formação e profissionalização docente*. E isto, porque, antes de ensinar e antes de ser docente, existe a prática educativa e existe o educador. Portanto, o ensino, a docência e o professor são formas específicas de realidades mais amplas, tais como: educação, a prática educativa e o educador.

Enquanto Libâneo (1999) oferece esta visão amplificada da esfera educacional, acrescenta ainda, como conseqüência, o alargamento do próprio conceito de Pedagogia.

Todo educador sabe, hoje, que as práticas educativas ocorrem em muitos lugares, em muitas instâncias formais, não-formais, informais. Elas acontecem nas famílias, nos locais de trabalho, na cidade e na rua, **nos meios de comunicação** [grifos nossos] e, também, nas escolas. Não é possível mais afirmar que o trabalho pedagógico se reduz ao trabalho docente nas escolas (IDEM, p. 7).

E tal alargamento da noção da educação e, conseqüentemente da atividade pedagógica, justifica-se, segundo Libâneo, em razão “da complexificação da sociedade e da diversificação das atividades educativas” (1999, p. 18).

Numa perspectiva de análise, Libâneo justifica tal causa aproveitando a explicação de Beillerot (1985), de que:

Em várias esferas da sociedade surge a necessidade de disseminação e internalização de saberes e modos de ação (conhecimentos, conceitos, habilidades, hábitos, procedimentos, crenças, atitudes), levando a práticas pedagógicas. Mesmo no âmbito da vida privada, diversas práticas educativas levam inevitavelmente a atividades de cunho pedagógico na cidade, na família, nos pequenos grupos, nas relações de vizinhança. Em resumo, estamos diante de uma sociedade genuinamente pedagógica (1999, p. 19).

E neste sentido, quando Libâneo aponta para o ofício que cabe à Pedagogia como ciência da teoria e prática educativa, refere-se a ela no sentido da necessidade de formar o pesquisador e profissional para atuar num amplo leque de práticas educativas. Enquanto isso, o trabalho docente referir-se-ia ao trabalho pedagógico na especificidade da sala de aula.

Isto porque, segundo o autor referido, “há intervenção pedagógica na televisão, no rádio, nos jornais, nas revistas, nos quadrinhos, na produção de material informativo, tais como livros didáticos e paradidáticos, enciclopédias” (1999, p. 19).

Dessa forma, acentua-se o poder pedagógico de vários agentes educativos (formais e não-formais): família, escola, meios de comunicação, movimentos sociais, instituições não-escolares.

No que se refere especificamente à mídia, ela teria papel fundamental

na modificação de estados mentais e afetivos das pessoas não apenas pela propaganda, mas também disseminando saberes e modos de agir nos campos econômico, político, moral, veiculando mensagens educativas, relacionadas com drogas, preservação ambiental, saúde, comportamentos sociais etc. (*Ibid*, p. 19).

O desenvolvimento de processos midiáticos²³ e a geração de procedimentos públicos de comunicação social, expressos em profissões e trabalhos²⁴, de um lado, e a importância que o ângulo comunicacional passou a ter no espaço das instituições e atividades da sociedade²⁵, por outro lado, são perspectivas que vem tornando a comunicação cada vez mais relevante, nos quase cem últimos anos.

Quando Libâneo vem destacando a importância assumida pela Pedagogia em múltiplos espaços educativos na sociedade contemporânea, em razão das mudanças econômico-sociais, na verdade quer afirmar que todos esses espaços tornaram-se, cada vez mais, espaços educativos intencionais, sejam formais ou não-formais.

As mudanças recentes no capitalismo internacional colocam novas questões para a Pedagogia. O mundo assiste hoje a intensas transformações, como a internacionalização da economia, as inovações tecnológicas em vários campos como a informática, a microeletrônica, a bioenergética (Libâneo, 1999, p. 20).

A relação entre os campos da educação e comunicação adotada neste estudo, para tentar perceber características na situação social em que estes se colocam ao serem postos em interação, é o da interface²⁶, já que esta pareceu mais sensata diante do entendimento do campo educacional fundamentado anteriormente em Libâneo. Assim como Braga e Calazans, parte-se aqui do princípio de que

²³ Processos midiáticos gerados na sucessiva diversificação dos meios – penetração do jornal popular, telefone, cinema, rádio, televisão, mais recentemente as redes informáticas (Braga e Calazans, 2001, p. 9).

²⁴ O jornalismo, a publicidade, a criação cinematográfica, radiofônica, televisual (*idem*, p. 9).

²⁵ Na política, na saúde, nos negócios, na literatura, na economia, nas artes, nas ciências sociais, na educação (*idem*, p. 9).

²⁶ Braga e Calazans (2001, p. 9) apresentam uma outra possibilidade de relação entre os dois campos, que é a de situar-se no campo da educação e tentar observar o surgimento das questões comunicacionais diretamente no campo educacional, como espaço específico de ação e reflexão, caracterizando o estudo como referente às comunicações educacionais, se tornando mais especializada.

nenhum assunto ou questão observada na sociedade pode-se dizer inteiramente alheia à questão educacional, pois tudo pode ser objeto de ensino e aprendizagem (...) correlatamente, nenhum tema é estranho às interações sociais – mediatizados ou não – que compõem, como comunicação social, o processo simbólico/prático das atividades do ser humano em sociedade (2001, p. 10).

Nesse caso, “o educacional se coloca, diretamente, como uma questão central no desenvolvimento das novas interações da comunicação social” (idem, p. 1). Para os autores, “a cada intervenção tecnológica, a sociedade atribui aos processos comunicacionais, desenvolvidos em torno da invenção, uma expectativa educacional” (idem, p. 10).

Segundo Libâneo, “verifica-se, pois, uma ação pedagógica múltipla na sociedade. O pedagógico perpassa toda a sociedade, extrapolando o âmbito escolar formal, abrangendo esferas mais amplas da educação informal e não-formal” (1999, p. 20).

De forma paralela, a questão comunicacional, como a educacional, interessa a todas as demais atividades humanas, para além de seu espaço próprio. “Os dois campos se investem de uma competência para tratar de todas (?) as coisas do mundo físico ou social – segundo as perspectivas de seus próprios objetivos e processos” (BRAGA e CALAZANS, 2001, p. 10).

Segundo **Braga e Calazans**, esses dois campos têm uma relação de fluxo, se invadem mutuamente. Nesse sentido este trabalho se coloca na área de interface entre os dois campos, pois reflete uma questão que se forma em torno de aspectos mais delicados, quando se trata de pensar a emergência da esfera do cotidiano, partindo de um gênero televisivo assistido por uma boa parte dos alunos da 7ª série da Escola B (rede pública estadual) de Jataí e dos alunos do ensino médio da Escola A (rede pública federal), também de Jataí - GO, já que a questão da aprendizagem tem sua existência, também, num âmbito extra-educacional, de dominância midiática, considerando a proliferação de saberes postos em circulação na sociedade através de dispositivos midiáticos (como um processamento de aprendizagem de ‘recepção e uso’).

A questão da socialização é um aspecto relevante, tanto das interações midiáticas, quanto do campo educacional. As novas interações viabilizadas pelos processos midiáticos são os aportes e desafios colocados para a escola no

sentido de gerar experiências relevantes e competência para a interação, dentro de seus objetivos educacionais, já que é evidente e complexa a sutileza das articulações entre as lógicas da comunicação e da educação.

Libâneo dirá que é assim que se constituem “os conteúdos da educação (conhecimentos, habilidades e procedimentos, valores) conforme contextos definidos de espaço, tempo, cultura e relações sociais” (1999, p. 75). E, sem dúvida, a interface entre educação e comunicação produz uma das identidades mais características desse novo contexto do espaço, tempo, cultura e relações sociais hodiernas. Por isso

É imperioso que a escola se incorpore a outras agências educativas não-escolares como as formas de intervenção educativa urbana, os meios de comunicação, os movimentos sociais, as instituições culturais e de lazer, os centros de difusão de informação de variada natureza, de modo a assumir sua função de reordenadora e reestruturadora da cultura engendrada naqueles vários espaços sociais (LIBÂNEO, 1999, p. 33).

Assim, o desafio para o educador se põe no sentido de saber articular esta nova demanda por compreensão teórico-prática sobre essa influência dos meios de comunicação. “Quem quer que deseje continuar a ser chamado de ‘educador’, não pode ignorar a importância hoje dos processos educativos extra-escolares, especialmente os comunicacionais” (LIBÂNEO, 1999, p. 33).

Braga e Calazans (2001, p. 91) levantam a questão das aprendizagens midiáticas como uma circulação de saberes na sociedade, em torno do sistema escolar, mas de modo independente “circulam saberes, conhecimentos, processos de elaboração e transição de informações: aprendizagens”.

A sociedade com suas atividades incessantes é a fonte desses saberes, cujo sistema de circulação é o midiático. As aprendizagens do campo midiático provocam modificações no sistema educacional estabelecido, solicitando, divergindo, confundindo (não é bom tirar esse termo?) , contribuindo e desafiando.

O que resta agora, então, é verificar que novos desafios são demandados a partir da emergência das características da cotidianidade presentes em um programa majoritariamente assistido por alunos de duas escolas de Jataí. No próximo capítulo se fará a descrição do programa, sua

caracterização histórica e estrutural e como se podem identificar os elementos da cotidianidade nele presentes e o que podem significar em termos de uma prática educativa, a partir da base teórica oferecida por Heller.

CAPÍTULO 4 - A MÍDIA COMO PRODUTO REALIMENTADO E REALIMENTADOR DA ESFERA DO COTIDIANO

Se acaso me quiseres /Sou dessas mulheres que só dizem sim
Por uma coisa à toa /Uma noitada boa
 Um cinema, um botequim /E se tiveres renda
 Aceito uma prenda /Qualquer coisa assim
 Como uma pedra falsa /Um sonho de valsa /Ou um corte de cetim
E eu te farei as vontades/Direi meias verdades /Sempre à meia luz
E te farei, vaidoso, supor /Que és o maior e que me possuis
Mas na manhã seguinte /Não conta até vinte, te afasta de mim
Pois já não vales nada /És página virada
Descartada do meu folhetim (Folhetim, música de Chico Buarque).

4.1 - Análise de um programa folhetinesco da Rede Globo de Televisão, como fenomenologia de reestruturação das esferas heterogêneas da sociedade

Considerando que a televisão tem presença marcante na vida das pessoas, fez-se uma pesquisa num universo de jovens adolescentes entre 12 e 20 anos, de ambos os sexos e que estão cursando o ensino fundamental e médio em escolas públicas.

A pesquisa foi feita por meio da aplicação de um questionário²⁷ que teve em sua estrutura o interesse de identificar, entre outras características pessoais e econômico-sociais, o contato dos jovens com as Novas Tecnologias de Informação e Comunicação e, o contato com o mundo da cultura: leitura de livros, cinema, teatro, etc. O questionário foi aplicado no final de junho de 2002, em horário de aula.

²⁷ Ver modelo do questionário em Anexo I.

A população consultada foi de 152 alunos de duas escolas diferentes de Jataí: uma escola federal²⁸, onde foram entrevistados os alunos do ensino médio do turno matutino e, a outra estadual²⁹, onde foram consultados os alunos das séries da segunda fase do ensino fundamental do turno noturno.

Na *Escola A*, o questionário foi aplicado no turno matutino para três turmas do ensino médio (1^oA, 2^oA e 3^oB). Nesta escola foram consultados 89 alunos. Tem-se uma média de 29,66 alunos por turma.

Na *Escola B*, a aplicação do questionário foi feita no turno noturno, para quatro turmas (AC3³⁰, AC4³¹, 7^a série B, 8^a série C). O número de alunos consultados nesta escola foi de 63, dando uma média de 15,75 alunos por turma.

Do total desses 152 alunos, 48,03% são do sexo feminino e 51,97% do masculino. Na *Escola A*, 56,18% são do sexo feminino e 43,82%, do sexo masculino. Na *Escola B*, no turno noturno, nota-se uma presença mais significativa de adolescentes do sexo masculino em relação ao número do sexo feminino. São 63,49% de alunos contra 36,51% de alunas.

A faixa etária se distribui entre 14 a 20 anos: 22 alunos têm 14 anos; 47 têm 15 anos; 18 têm 16 anos; 29 têm 17 anos; e, 36 têm entre 18 e 20 anos de idade. Essa distribuição da faixa etária do universo total de alunos das duas escolas pode ser ainda visualizada separadamente por escolas e por sexo, conforme discriminação abaixo:

I - Escola A: total de 89 alunos, sendo:

- a) 14 anos: 13 meninas e 08 meninos;
- b) 15 anos: 19 meninas e 11 meninos;
- c) 16 anos: 01 menina e 05 meninos;
- d) 17 anos: 11 meninas e 07 meninos;
- e) 18 acima: 06 meninas e 08 meninos.

²⁸ Chamada de agora em diante de Escola A.

²⁹ Chamada de agora em diante de Escola B.

³⁰ AC3 é a nomenclatura utilizada para os alunos em defasagem idade/escolar de turmas de Aceleração da Aprendizagem da segunda fase do ensino fundamental, onde estudam os alunos referentes à 5^a e 6^a séries.

³¹ Idem para os alunos referentes à 7^a e 8^a séries.

II - Escola B: total de 63 alunos, sendo:

- a) 14 anos: 01 menina;
- b) 15 anos: 11 meninas e 06 meninos;
- c) 16 anos: 03 meninas e 09 meninos;
- d) 17 anos: 01 menina e 10 meninos;
- e) 18 anos: 04 meninas e 09 meninos;
- f) 19 anos: 01 menina e 01 menino;
- g) 20 anos: 02 meninas e 05 meninos.

Quanto ao estado civil, apesar da idade relativamente baixa, já têm, proporcionalmente, um bom número de casados, isto é, do total de 152 alunos, 84,86% são solteiros, 13,82% são casados e 1,32% são separados.

Do total de alunos consultados, juntando as duas escolas, 36,84% dos alunos trabalham e 63,16% não trabalham.

Quanto à presença de utensílios domésticos, mais especificamente, tecnologias de informação e comunicação (TIC) ou, aparelhos eletrônicos com interfaces de uso mais sofisticadas como o forno microondas, obteve-se o seguinte resultado do universo de 152 alunos: disparadamente, 90,79% dos alunos têm TV; 77,63% têm rádio; 74,34% têm aparelho de som; 50% têm vídeo-cassete; 37,5% têm videogame; 27,63% têm computador; 17,1% têm forno microondas; e, 36,18% dos alunos ainda marcaram terem outros, além desses.

Quanto às informações relativas ao universo cultural, o questionário abordou: o contato dos jovens com cinema; conhecimento e prática de algum instrumento musical; frequência a teatros; leitura de livros extra-escolares; leitura de jornais e/ou revistas; gosto por ouvir música e qual o gênero; audiência televisiva e qual preferência de programação.

Quanto ao cinema, 77,63% dos alunos informaram que vão ou, já foram ao cinema, enquanto 22,37% responderam que não vão ou, nunca foram. É interessante observar que se trata de uma cidade do interior, onde geralmente

não têm ambientes cinemáticos que permitem este tipo de acesso cultural. Todavia, há uns três anos, Jataí voltou a ter funcionando um cinema, além de um projeto da escola federal, na qual se fez esta pesquisa, de mostra de filmes aos sábados à noite. O projeto dessa escola, sem dúvida, pode ter influenciado nos resultados relativamente altos de frequência dos jovens ao cinema, considerando a distância de Jataí de centros urbanos maiores, onde o cinema está mais amplamente disponibilizado.

Quanto ao domínio da prática de instrumentos musicais, 25% informaram que tocam algum instrumento, enquanto 75% (a grande maioria), disseram que não conhecem ou não tocam.

Quanto ao teatro, 35,53% dos alunos informaram que vão ou já foram ao teatro e 64,47%, disseram que nunca foram.

Quanto à leitura fora de escola, 69,73% dos alunos informaram que lêem, enquanto 30,27%, não. O gênero apontado como preferido é o romance literário. Além de livros, 55,92% dos alunos informaram que lêem jornal periodicamente, enquanto 44,08% disseram que não lêem. Quanto à leitura de revistas, 89,47% responderam que lêem e 10,53% disseram que não.

No que se refere ao gosto musical, 97,37% responderam que gostam de escutar música enquanto 2,63% dos alunos responderam que não gostam. Dentro dos gêneros musicais a ordem de preferência foi: todos os tipos, rock, sertanejo, pop, românticas, MPB e rap.

Mas de todos esses resultados, o que mais tem impressionado a partir da aplicação desse questionário, é o tempo médio de audiência televisiva semanal dos jovens. Na *Escola A*, ou seja, os alunos que estudam no ensino médio no período matutino, assistem a uma média de 19,55 horas semanais de televisão. Já na *Escola B*, isto é, com alunos que estudam na segunda fase do ensino fundamental no período noturno, essa média é de 9,39 horas semanais. Entende-se que a média menor de televisão dos alunos da *Escola B* é em razão de que a maioria dos alunos estudam à noite por que trabalham durante o dia. Assim, sobraria menos tempo para assistir televisão. Todavia, a considerar desses fatores, a média ainda é bem alta. A média geral de horas de televisão por semana das duas escolas é de 14,47 horas semanais.

Quanto ao gênero televisivo de preferência dos alunos, obteve-se um leque relativamente vasto de opções apontadas como programas preferidos e não-preferidos, embora tenham transparecido gostos majoritários de um ou dois programas. Veja no quadro abaixo a divisão das opções apontadas pelos alunos:

TABELA 1 – Programas de televisão que os alunos mais gostam³²

Programas de TV que os alunos mais gostam			
Ordem	NOMES	Nº de preferência	%
1º	Folhetim "Malhação" (Rede Globo de Televisão)	22	14%
2º	Novelas (Rede Globo de Televisão)	16	10%
3º	Jornal Nacional (Rede Globo de Televisão)	14	10%
4º	Fama (Rede Globo de Televisão)	14	9%
5º	Filmes	12	7%
6º	Programas musicais	09	6%
7º	Casseta e Planeta Urgente (Rede Globo de Televisão)	08	5%
8º	Programa Raul Gil (TV Bandeirantes)	08	5%
9º	Programas Esportivos	07	4%
10º	Fantástico (Rede Globo de Televisão)	06	4%
11º	Todos os Jornais televisivos	06	4%
12º	Plugado In (TVE)	02	2%
13º	Programas Humorísticos	02	2%
14º	Caldeirão do Huck (Rede Globo de Televisão)	02	2%
15º	Vídeo-Show (Rede Globo de Televisão)	02	2%
16º	Os Simpsons (SBT)	02	2%
17º	Beleza sob Controle	02	2%
18º	Show do Milhão (SBT)	02	1%
19º	Casa dos Artistas (SBT)	02	1%
20º	Big Brother Brasil (Rede Globo de Televisão)	02	1%
21º	Novela das 8:00 h da noite (Rede Globo de Televisão)	02	1%
22º	Programa do Ratinho (SBT)	02	1%
23º	Outros (08 programas citados, cada um com um voto)	08	12%

Com isso, obteve-se um universo de pesquisa relativamente heterogêneo, mas que, no entanto, permite identificar traços comuns que podem ser indicativos dos elementos que atuam como condicionantes do novo arranjo estrutural da sociedade pelo qual tende a viabilizar-se a reprodução da cultura hegemônica entre os jovens adolescentes, numa perspectiva de reestruturação das várias esferas sociais, em que emerge a esfera da cotidianidade.

O resultado da pesquisa indica que, apesar das diferenças, existem gostos e características comuns à grande maioria dos adolescentes das duas

³² Pesquisa feita em junho de 2002 em Jataí GO - Escola A (89 alunos do ensino médio, matutino) e Escola B (63 alunos da segunda fase do ensino fundamental, noturno) – somando um total de 152 alunos.

escolas: possuem aparelho de televisão em casa; têm praticamente as mesmas preferências pelos gêneros musicais; gostam praticamente dos mesmos programas de televisão, assim como também não gostam dos mesmos programas de televisão; a ligeira maioria não trabalha e passa um bom tempo, semanal, vendo televisão.

Diante desses dados, opta-se pela análise do gosto dos jovens pela mídia televisiva, acompanhado do programa de televisão indicado como o mais preferido. Além do que, a televisão é a única TIC a que, senão todos, a grande maioria dos jovens pesquisados tem acesso³³. Não obstante, esta pesquisa poderia ter se ocupado de outra TIC, fosse o caso de o resultado da pesquisa indicar outro tipo de gosto preferencial dos alunos.

Assim, 90,79%, ou seja, 138 dos 152 jovens-adolescentes pesquisados possuem TV em casa e passam uma média de 14,47 horas semanais assistindo televisão. Percebe-se que, como a escola e o trabalho, a televisão tem presença marcante no cotidiano desses jovens.

Quanto aos programas de televisão que não gostam, aparece bem claro o consenso entorno do “Programa do Ratinho”, do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Em relação ao programa preferido, já existe um leque mais diversificado de preferências, ou seja, não há um só programa, apenas, que se destaca mais em audiência em relação aos demais. Há sim um conjunto deles, composto de quatro programas (ver tabela 1 na página anterior), mas mesmo assim é possível verificar que um deles sobressai entre os mais citados. O programa folhetinesco “Malhação”, da Rede Globo de Televisão tem a preferência, pois foi o mais citado entre todos.

A diferença numérica entre os programas preferidos é muito pequena, mas parte-se do pressuposto de que existem muitos fatores que influenciam o aluno na hora de responder ao questionário, especialmente porque o contexto da pesquisa era a sala de aula, com a presença do professor.

³³ Pode-se mesmo afirmar que a TV é a tecnologia praticamente universal entre a população urbana. Mesmo apenas 9,22% (138) alunos dos 152 terem dito que têm televisão em casa, isso não implica afirmar que os que não possuem aparelho, não tenham necessariamente acesso à sua programação.

Entende-se que o próprio ambiente escolar, principalmente para alunos do ensino médio que costumam tematizar criticamente outros instrumentos que operam como processos educativos da sociedade, pode ter tido uma carga de influência na opção aferida no questionário. Talvez como uma espécie de motivação inconsciente de “aluno que presa uma consciência crítica”, assiste preferencialmente a programações de caráter informativo e, por isso, a preferência pelos telejornais. Considerar-se-á que este último fator tenha influenciado a resposta dos alunos, especificamente na *Escola A*, onde os alunos já vivem o clima de vestibular e, justamente nela, é que o Jornal Nacional da Rede Globo foi um dos mais citados³⁴.

Apesar dessas outras preferências divididas, opta-se por escolher nesse trabalho o Folhetim “Malhação”, já que ele está no ar num horário que é comum ao conjunto dos alunos e alunas pesquisado, tanto para os que estudam a noite e trabalham durante o dia, quanto para os que estudam no período matutino e trabalham nos turnos vespertino e/ou noturno. Todos os alunos (em tese) têm condições de assistir ao programa “Malhação”, que é veiculado no horário das 17:30h às 18:00h, horário em que se chega do trabalho e/ou da escola.

Então, a partir desse resultado tem-se um objeto para ser estudado, conforme os objetivos propostos pela pesquisa, inicialmente. Daí foi possível fazer o seguinte questionamento: o que tem nesse programa, tanto em termos de conteúdo, quanto em relação ao seu formato, que seduz um grupo de espectadores heterogêneo³⁵ e em situações de vida diferentes e, que mantém uma boa audiência estando no ar há quase oito anos?

Para este problema adotou-se a hipótese de que a programação do folhetim Malhação assume características que indicam a emergência da esfera do cotidiano, enquanto nova esfera condicionante da vida do “homem inteiro”, no

³⁴ Observações não formais feitas paralelamente à pesquisa com os alunos, junto aos professores (alunos dos cursos de licenciaturas do CAJ/UFG), possibilitaram identificar que os professores têm preferência pelo Jornal Nacional da TV Rede Globo.

³⁵ Compreende-se a heterogeneidade apontada aqui pelo fato de se tratarem de alunos de classes sociais diferenciadas; alunos de escolas em que em uma delas (escola A), existe um critério de entrada rigoroso, sendo que na outra (escola B), não existem critérios, a não ser o limite de vagas, o que certamente implica num nível diferenciado de capital cultural; por fim, a defasagem idade/série, onde os alunos das duas escolas têm idade aproximada, no entanto, enquanto os alunos da escola B cursam a segunda fase do ensino fundamental, os alunos da escola A, cursam o ensino médio.

sentido de Heller. No programa em questão, não estão presentes apenas os elementos de qualquer cotidianidade, mas, especificamente, a cotidianidade da vida de adolescentes e jovens num ambiente vinculado ao espaço da escola, o que, por si só, já é um indicativo do que marca a vida cotidiana desses jovens.

Paralelamente, esta cotidianidade faz ver aspectos de uma cultura jovem que está aí presente, permeando e perpassando o ambiente escolar. Ambiente que, na escola de outras épocas era muito mais uma ante-sala da vida e do mundo adultos. E entende-se por mundo adulto este “ar mais sisudo”, disciplinado e preocupado com trabalho, com o futuro (portanto com o que não se é ainda: adulto) grandes ideais e debates ideológicos, onde os aspectos da afetividade, da paixão própria da adolescência, são considerados sentimentos característicos do desequilíbrio e da imaturidade infantis. Em resumo, uma cultura jovem que põe em relevo elementos do presente, do aqui-e-agora vivido e experienciado.

Para fazer o estudo pretendido, o programa foi assistido (acompanhado de anotações sobre o mesmo) por um período de nove meses aproximadamente (de novembro de 2002 a julho de 2003), além de ser gravado em fitas de videocassete no período semanal de 07/07/2003 a 11/07/2003.

Em seguida, far-se-á uma rápida caracterização do programa “Malhação”.

4.1.1 - Programa “Malhação” - gênero televisivo folhetinesco

No aspecto referente aos formatos das produções, o programa “Malhação” da Rede Globo é apresentado pela emissora como uma novela, mas é enquadrada na proposta de classificação, discutida nesse estudo no capítulo 1, como um programa de *ficção*, em formato de *série* ou *folhetim*. “Malhação” trata dos conflitos e vivências de uma turma de adolescentes que frequenta a mesma escola (antes academia de ginástica). O programa é exibido de segunda à sexta-feira, das 17:30h às 18:00h, com duração de aproximadamente 30 minutos.

Conforme a classificação seguida neste estudo, o programa não se enquadra no formato de telenovela³⁶ porque excede os 150 capítulos regulares; tem conflitos que duram em média duas semanas, permanecendo constantes os conflitos e tramas maiores; o elenco muda de acordo com a saída de alguns atores e atrizes (inclusive os integrantes das tramas centrais), o que seria impensável em uma telenovela³⁷, em que a trama gira em torno dos personagens principais, permanecendo esses do início ao fim.

“Malhação” apresenta, de acordo com a classificação proposta, o formato de uma *série* ou *folhetim*, pela veiculação ilimitada dos episódios, a possibilidade de alternância de personagens e a resolução dos pequenos conflitos, permanecendo em evolução os principais.

Conforme explicitado logo em seguida, a experiência de fazer cinema na televisão, investindo em um gênero tradicionalmente americano (o folhetim), parece uma tentativa de ‘glocalizar’³⁸ este tipo de produção, ‘abrasileirando’ este gênero e substituindo um produto americano por um fac-símile nacional. Pode ser

³⁶ A telenovela poderia constituir-se como gênero. Entretanto, restam dúvidas se isto se aplica aos demais formatos dos programas televisivos. O público assiste a um filme pela produção e características específicas deste formato, ou vai apenas assistir a um programa de ficção, de um determinado gênero (suspense, comédia etc.), sendo a forma deste programa apenas um adereço secundário? Este questionamento se estende aos demais formatos. A questão é se a interferência dos formatos na concepção, produção e recepção dos programas são fortes o suficiente para que o estabeleça como constituidor de gêneros diferenciados (Cf. Martin-Barbero, 2001).

³⁷ A telenovela possui características tão definidas que pode constituir um gênero. Existe um padrão básico na produção de uma telenovela que não difere muito entre uma ou outra, entre diferentes países. As produções mexicanas seguem um padrão estético mais popularesco, abordando temas mais simples, e não variam muito da trama em que a moça pobre e/ou injustiçada, após muito sofrer, alcança a felicidade e o amor merecidos. As produções brasileiras, por exemplo, embora exista uma tendência atual à ‘mexicanização’, pela importação de programas do México e pela incorporação de sua estética, primam por um texto e um cenário mais elaborados, temáticas mais próximas da vida real (embora isto não signifique que sejam realistas), um quadro mais rico de personagens e histórias secundárias na trama principal. Estas diferenças, no entanto, não interferem nas características comuns de qualquer telenovela, como os conflitos românticos, personagens heróicos, e a vitória dos injustiçados em um previsível final feliz. Cada capítulo de qualquer telenovela culmina em uma cena decisiva, que define ou provoca um conflito, quando, então, entram as propagandas, e o telespectador terá que esperar até o próximo capítulo (Cf. Martin-Barbero, 2001). Além das inúmeras características padrão da telenovela, há também as expectativas básicas do telespectador, seja ele mexicano, brasileiro, ou de outra nacionalidade. Quem assiste a uma telenovela, espera uns momentos de entretenimento fácil, quer torcer pelos personagens bons e reclamar da maldade dos vilões, sem se importar com o prolongamento indefinido dos conflitos que só se resolvem na última semana. Independentemente de lançar um olhar crítico ou não às telenovelas, os telespectadores já reconhecem a sua fórmula e, quando uma telenovela termina, passam a assistir a outra que segue no mesmo horário. O público, mesmo que goste especificamente de uma novela, vai aceitar a sua substituição por outra a qual também vai assistir. O gosto da audiência não se baseia em uma telenovela específica, mas no produto telenovela.

³⁸ Verifique o conceito de glocalizar na página 52.

também uma tentativa da Rede Globo de entrar neste campo de produções, almejando a qualidade técnica necessária para ingressar na exportação deste gênero. Nesse caso pode-se ver o surgimento de uma nova forma de resistir à hegemonia americana na exportação de programas televisivos, preservando as tendências culturais (ainda que influenciadas pela programação estrangeira) brasileiras (MARTIN-BARBERO, 2001).

A série ou folhetim infanto-juvenil “Malhação” é um bom exemplo desta glocalização focalizada nesse estudo, que visa o mercado liderado pelos seriados juvenis americanos *Melrose Place* e *Beverly Hills 90210*, antigamente veiculados pela emissora, e atualmente disponíveis em outros canais³⁹.

Estes exemplos evidenciam a maneira como se reporta a uma estética e estereótipos importados, adaptando os modelos externos, reformulando e mesclando um gênero estrangeiro com a realidade nacional. Entretanto, ainda que o estereótipo central seja mantido e a influência externa esteja presente através do gênero do programa, não há como se determinar as formas de recepção de cada produto cultural televisivo. A matriz cultural americana predomina na produção dos gêneros e na sua estruturação estética e narrativa (principalmente devido à influência cinematográfica da indústria hollywoodiana), mas ainda assim, formas de resistência são descobertas. Até porque as audiências não são passivas neste processo, o que significa que as matrizes culturais dos gêneros são recebidas e utilizadas de diferentes maneiras, adaptadas pelo público às realidades regionais em que atuam (MARTIN-BARBERO, 2001).

O que acaba de ser dito parece claro no fato do programa “Malhação”, que inicialmente, tinha como cenário principal o espaço da academia, donde

³⁹ Segundo Martin-Barbero (2001), os Estados Unidos surgem como o modelo principal da produção televisiva mundial, como referencial a ser copiado e adaptado por outros países. Desta forma, a matriz cultural americana predomina na produção dos gêneros e na sua estruturação estética e narrativa. As audiências, porém, não são passivas neste processo. As matrizes culturais dos gêneros são recebidas e utilizadas de diferentes maneiras, adaptando-se às realidades regionais em que atuam. Neste contexto, as telenovelas surgem como uma produção autêntica da América Latina em contraposição às matrizes culturais norte-americanas. Portanto, a telenovela, classificada aqui como formato, institui-se quase como um gênero independente, que apresenta características próprias firmadas na estética latina. O Brasil é um dos países em que a telenovela se destaca pelo forte apelo às audiências e por ter um caráter diferenciado, enraizado na cultura nacional. As telenovelas são também o principal produto televisivo de exportação dos países latinos, além de constituir uma matriz cultural perfeitamente identificável com a realidade latino-americana.

também o nome do programa. Tal espaço-temática parece demonstrar clara importação dos formatos americanos em que, o enredo deveria estar vinculado ao espaço em que fosse possível a exibição do corpo jovem e fisicamente malhado da vida de jovens adolescentes, como foi centralmente a idéia de *Melrose Place* e *Beverly Hills 90210*, onde as praias e academias eram os cenários principais dos programas americanos. Todavia, a recepção de “Malhação”, no espaço da academia, não se estendeu por muito tempo, obrigando a emissora brasileira a uma mudança de cenário: da academia de ginástica para o ambiente escolar. Na análise que se sugere, entende-se que essa mudança está em razão de que a escola é uma realidade muito mais presente do cotidiano dos jovens brasileiros do que a da academia de ginástica. Além disso, o cenário escolar é realidade tanto para jovens de classes abastadas quanto de classes subalternas, permitindo ao programa catalisar uma temática de boa veiculação de *merchandizing* social em época de reformas educacionais no país da década de 1990, direcionadas para a universalização do acesso à escola.

4.1.2 - Mudança de cenário e não de formato - “Malhação” sai da academia de ginástica e vai para a escola

O folhetim *Malhação*, depois das férias, reestreiou em 30 de março de 1998, adotando o estilo dos quadrinhos e ganhando um novo cenário e um novo elenco. O programa é uma mistura de novela com seriado. Em seu quarto ano, a trama não ficou mais restrita à academia de ginástica. No folhetim, ação e música deram mais suporte às tramas ambientadas em praias, barcos e restaurantes ao ar livre.

Misturando ficção e realidade, grandes atores, músicos e desportistas foram atração à parte, no primeiro semestre de 1998. Inicialmente os diretores do programa proclamavam que a narrativa seria rápida, como “*Armação Ilimitada*” (1987). Os cortes lembram a linguagem dos quadrinhos, com divisão de telas e efeitos eletrônicos. Vinhetas filmadas marcaram as passagens de tempo. “Não é sofisticação, mas um novo método de trabalho”, dizia Coqueiro⁴⁰.

⁴⁰ Essas informações foram colhidas em fragmentos de jornais e revistas publicados nos sites da Globo.com, www.malhacao.globo.br, www.malhacaome.ig.hpg.com.br. Esses fragmentos são principalmente entrevistas

O novo programa “Malhação”, a partir de 1998, passou a ter dezoito personagens fixos. Uma das características do programa “Malhação” em seu novo cenário, é a atualização freqüente dos temas tratados no programa para manter a constante audiência do programa. É possível perceber por aí um certo processo de interatividade entre a produção do programa e o cotidiano dos jovens-adolescentes, já que ela utiliza pesquisas feitas na Internet, para colher sugestões de possíveis temas que poderão ser abordados no folhetim, além de enquetes (ver anexos 2, 3 e 4) que favorecem a interferência do expectador nos rumos da história de certos personagens na trama. Um exemplo disso ocorre nos capítulos apresentados na semana de 07 a 11/07/2003, quando o personagem Bruno, uma criança de dez anos aproximadamente, descobre o gosto pelo balé clássico, deixando de participar das aulas de judô sem a família saber, pra participar das aulas de balé; na semana seguinte sai uma enquete na *home page*⁴¹ do programa, pedindo a opinião do internauta sobre o preconceito existente em relação ao homem dançar o balé clássico; neste caso a continuidade do programa seguiu na íntegra, de fato, o resultado da pesquisa, na qual a maioria votou, isto é, a mãe descobre a mentira do filho, dá apoio, mas alerta sobre as discriminações que, possivelmente, irá enfrentar.

Depois de oito anos no ar, o folhetim "Malhação" tenta manter-se atualizado em relação às temáticas tratadas pela própria mídia. Tanto que não deixaram passar em branco a febre de *reality shows* (No Limite e Big Brother) que invadiu a TV brasileira. Além disso, quando Afonso, diretor da Escola Múltipla Escolha resolve encher o colégio de câmeras de segurança, e acende o debate em torno da invasão de privacidade, aborda-se a onda de violência que faz aumentar cada vez mais o número de câmeras em lojas, shoppings, ônibus e ruas, acompanhadas dos insuportáveis avisos de "sorria, você está sendo filmado". Os alunos protestam e questionam a legalidade de tal ato, exigindo a retirada das câmeras.

A trama abre espaço ainda para a discussão a respeito da exploração comercial da intimidade alheia, com base na curiosidade dos "bisbilhoteiros de

concedidas, por membros da produção do programa ao Jornal “O Estado de São Paulo”, durante o ano de 1998, além de inúmeros sites existentes de fãs-clubes do programa Malhação na Internet.

⁴¹ <http://www.malhacao.globo.com.br>.

plantão", quando um personagem do programa comercializa as fitas clandestinas com imagens editadas dos alunos. Nada mais oportuno num momento em que a intimidade de anônimos e famosos ocupa uma fatia estratégica da programação das emissoras. A abordagem do tema mereceria elogios se a intenção fosse aprofundar o debate. Nesse caso, a discussão não vai além da sensação de incômodo dos alunos diante da falta de liberdade provocada pela vigilância constante das câmeras. Nada que chegue a questionar o formato para o qual a própria Rede Globo de Televisão tem aberto espaço significativo na sua grade de programação.

Mesmo partindo da proposição de que seria ingenuidade supor que uma emissora fosse criticar seus próprios programas, isso pode acontecer de uma forma mais sutil dentro de outros programas da mesma emissora. Na verdade, o que fica claro é a captação, pela produção do programa, das idéias "da hora" que estão correndo nos bate-papos entre os jovens-adolescentes, especialmente na escola, para manter o interesse dos mesmos pela trama. Estratégia, aliás, que vem dando excelentes resultados, ao lado da renovação periódica do elenco e dos temas centrais da novela, no ar desde abril de 1995.

Em abril do ano de 2002, a autora Andréa Maltarolli incluiu na trama um novo casal de protagonistas. Vividos pelos atores Juliana Silveira e Henri Castelli, Júlia e Pedro vivem um romance "a la" Romeu e Julieta. O programa insiste, a cada nova fase, na história dos amantes filhos de famílias inimigas. Durante o acompanhamento do programa, verificou-se que o casal fez sucesso entre os expectadores, especialmente no meio jovem (proposição levantada a partir de conversas informais ouvidas entre os jovens no pátio da Escola A, quando da pesquisa feita com o questionário já citado anteriormente).

Apesar das constantes renovações feitas anualmente, a fórmula de "Malhação" continua inalterada desde sua estréia, há oito anos. Apostando numa fatia da audiência que tem poucas opções na TV brasileira, o folhetim conquistou espaço ao mesclar vernizes de polêmica com clichês sobre o universo adolescente. Um bom exemplo é 'Cabeção' (Sérgio Hondjakoff). O personagem que provocou o debate em torno da masturbação, é o estereótipo do típico

adolescente com os hormônios à flor da pele. Folheia revistas de mulheres nuas, fala de sexo o tempo todo e tem sonhos eróticos com a bela professora.

4.1.3 - Aspectos do cotidiano presentes no folhetim “Malhação”

A escola de “Malhação” não chega a ser um cenário “maravilhoso”, com pátios densos, piscinas, quadras, etc., daquelas que mais parecem um clube do que uma escola⁴². Mas, ao contrário, o que se vê são salas pequenas, com um número de alunos que demonstra estar cheia e, onde o professor só tem à frente o quadro negro e alguns corredores para se locomover.

Os professores não são diferentes do que a grande maioria do nosso país, a não ser que o salário seja diferente, o que o programa ainda não discutiu. Esses professores se assemelham da realidade na medida que usam instrumentos tecnológicos tradicionais, como o quadro-giz. Não utilizam instrumentos como o *data show*, computador, nem Internet e televisão. O que já se viu foi o projetor de imagens, o retroprojetor e cartazes. Dão aulas expositivas e enchem o quadro de informações.

Os alunos continuam sentados em filas, conversando com os colegas ao lado sobre assuntos pessoais do cotidiano do círculo de vivência das pessoas mais próximas, dos grupinhos em que fazem parte. A imagem ainda enfoca os alunos virando para trás para conversar com colegas, mostrando um professor aos fundos da cena, que gesticula, quase mudo. O momento de aula dá importância para a conversa singular e particular de intrigas pessoais, amorosas ou não, dos alunos que criam um sentido novo para o contexto, enquanto a fala do professor ecoa no vazio, sem interlocutor.

Pode ser destacado, ainda, um processo ensino-aprendizagem enfocado no professor, na medida que aparenta mero repassador de saberes prontos. O que acontece, no máximo, são lampejos de interconexão dos conteúdos discutidos com temas do cotidiano, mostrados pela própria mídia, como a questão do tratado de Kioto, em que Estados Unidos se negam a assinar tratado de diminuição de emissão de poluentes.

⁴² Na novela das oito (2003, Rede Globo), em “Mulheres Apaixonadas”, a escola funciona também como um clube de finais de semana para seus alunos.

O sino toca, com tom sonoro bem comum ao de sirenes das escolas públicas presentes em Jataí. Oba! É alegria só! Gente correndo e “dando graças a Deus” pelo fim da aula. Assim, como reclamam também com murmúrios ao toque de início das aulas.

A tônica é uma aula sempre distante dos pensamentos dos alunos, que estão mais preocupados, como já dito, com as relações amorosas entre os colegas e as intrigas e estratégias de conquista que tais relações ensejam.

O elenco mostra a aparência de jovens bonitos e enérgicos. Não há exageros de tipos que choquem o telespectador com certos estereótipos comuns na sociedade como pessoas obesas, com estaturas excessivamente desproporcionais ou vestimentas que destoem de um estilo *fashion* de vestir. Os jovens se vestem com roupas mais comuns, como: blusinhas, saias, calças jeans, bermudas, mas sempre com cores vivas e bem equilibradas na cena. Percebe-se um certo cuidado para não sobrecarregar certa tonalidade de cor numa mesma tomada de cena.

Também os adultos, do folhetim, seguem o mesmo padrão jovial de vestimentas, com cores vivas, esportivas. Tratam-se de pais de alunos, professores (embora estes mostrem um jaleco por cima das roupas), funcionários e funcionárias. Pode-se afirmar que nenhum aparenta um choque para um certo gosto estético relativamente padronizado, em que sobressaem elementos já apontados acima, como a regularidade de altura, perfil de boa forma física, bem vestidos, um estilo jovial, esportivo – *fashion*.

O *merchandising* também está presente. E aqui, sobretudo, com a divulgação de produtos e serviços que geralmente estão vinculados ao estilo de vida de uma pessoa que é dinâmica, está preocupada com a aparência física e produtos e serviços de consumo vinculados a jovens em idade escolar. Aparecem as marcas de shampoo, do filme e máquina fotográfica, do macarrão cozido no copo, do celular que todo aluno tem, da mochila mais *fashion*, do creme, do sabonete. Preocupações com temas relacionados ao mundo do estudante em véspera de faculdade como o ENEM, a política governamental. Os produtos e serviços de consumo como a moda, o refrigerante, a Internet com páginas que

oferecem novidades em serviços, como o *pop-up* da UOL, que barra a abertura automática de janelas de propaganda veiculadas pelas páginas da Internet, etc.

Além desse *merchandising* comercial, pode ser identificado também um *merchandising* social. Ou seja, na medida em que as novelas brasileiras e, sobretudo, o folhetim *Malhação*, adotam um discurso politicamente correto, abordando diversas temáticas como alcoolismo, a AIDS, as drogas, meninos de rua, portadores de deficiência física, etc. Neste sentido, o cenário de *Malhação* quando muda da Academia para a Escola, se presta bem favoravelmente a estas discussões, uma vez que o espaço escolar é o espaço mais apropriado para tais discussões.

De acordo com uma pesquisa feita em vários sites da Internet sobre o folhetim “*Malhação*” foi possível verificar que o programa, em 2002, teve 1.138 ações de *merchandising* social em suas histórias: 244 sobre drogas; 116 sobre sexualidade; 567 sobre causas sociais. Nestes mesmos sites, um dos diretores (Luís Erlanger) do programa diz que, *Malhação* é a campeã absoluta. Em suas palavras, afirma: “ganhamos prêmios, fazemos nossa parte e ainda ensinamos como se faz isso no exterior”.

4. 2 – O folhetim “*Malhação*” – a questão da cultura jovem, da cultura de massa e da cultura elitizada

É possível fazer uma interpretação das experiências das jovens gerações, na segunda metade do século XX, a partir das ficções seriadas da Rede Globo de Televisão, nos anos de 1990. Isto, de certo modo, traduz os estilos de conduta, de ética e comportamento que demarcam as transformações nos valores estruturantes da existência cotidiana. Discute-se, de certa forma, a geração dos anos 90, a chamada “geração saúde”, orientada pelo culto ao corpo, das academias de ginástica, da cibercultura, cujas expressões se mostram com evidência na série televisiva “*Malhação*”.

A Rede Globo de Televisão, nos anos de 1970, fez o papel de duplê do Estado brasileiro, realizando o projeto de integração nacional. Por meio da EMBRATEL (Empresa Brasileira de Telecomunicações) religou as distantes

regiões do país e se incumbiu do papel de "atualizar" as imagens e sons do Brasil. Convém notar que o regime militar alçou a bandeira do nacionalismo, mas, paradoxalmente, o sistema econômico e político que se definiu a partir de 1964 e, particularmente após 1968, se tornou possível somente com o aval estratégico-militar, econômico e político dos Estados Unidos. Assim, num contexto bem conturbado, a Rede Globo de Televisão, apoiando-se em estruturas técnicas e ideológicas arrojadas, permitiu o ingresso do Brasil na cultura popular internacional de massa, tendo como norte, a cultura *pop* que se disseminava pelo planeta. Apesar de todas as formas de censura sobre a televisão, no fim dos anos 70, produziram-se diversos programas que buscaram sinalizar novas linguagens traduzindo a efervescência cultural e política dos estilos alternativos que mudaram a face do Ocidente, na segunda metade do século XX (HERZ, 1999).

É certo que a mídia eletrônica teria de maquiagem, filtrar e adequar as formas de rebeldia e transgressão, domesticando os modos de resistência aos padrões de comportamento, mas é preciso considerar a positividade dos agenciamentos éticos, estéticos, políticos e culturais que, marcados pelo espírito de jovialidade, contribuíram para a atmosfera de cores e sons, autonomia e liberdade nos tempos sombrios⁴³.

A ficção seriada consiste num produto de comunicação, que mostra bem como a televisão simula o cotidiano dos jovens nos espaços da grande cidade, na segunda metade dos anos de 1990. "Malhação" é uma série que permite perceber como a mídia eletrônica absorve a rebeldia dos jovens e adolescentes. Evidencia a maneira como fragmenta, remodela e neutraliza as formas contraculturais e como, muitas vezes, sinaliza e redireciona os modos de adequação e transgressão às normas estabelecidas. Consiste num simulacro simpático do cotidiano de acentuar os traços narcisistas dos adolescentes e, em distinção à geração precedente, situa um registro mais conformista e fascinado pelas experiências efêmeras da sociedade de consumo. À primeira vista, representa um universo em que o sonho acabou, as utopias se esvaeceram, cedendo terreno a um espírito do tempo marcado pelo crivo do mercadológico,

⁴³ Cf. a obra "A história secreta da Rede Globo", de D. Herz, 1999.

em que os projetos de rebeldia e transgressão parecem ter sido absorvidos pela 'indústria cultural'.

"Malhação" consiste num programa voltado para um público jovem, para o culto do corpo e mantém filiação com a programação dedicada ao mundo da classe média, mas que a partir do momento que muda o cenário principal da academia de ginástica para a escola, passa a ter um forte cunho educativo, no sentido trabalhado por Libâneo (1999), no capítulo anterior. Mas que para isso estabelece um fortíssimo aparato de conexão e penetração no cotidiano dos jovens adolescentes, através do auxílio de outras mídias, especialmente a Internet (enquetes e curiosidades numa *home page* de *design* atraente) e as revistas e jornais (publicando os resumos dos episódios da semana posterior e curiosidades pessoais da vida cotidiana dos atores e atrizes do folhetim televisivo).

A América Latina se tornou um grande celeiro do narcotráfico mundial; as dimensões do sonho, do devaneio, das ilusões experimentadas pelas gerações precedentes foram abolidas, cedendo lugar a um contexto minado pela violência e a criminalidade. Se nos anos de 1970, prevaleceu o mito da "marginalidade" como um valor positivo, nos anos de 1980, prevaleceu o jargão "bandido bom é bandido morto" e as tendências alternativas são vistas sob suspeição. Nesse contexto, os meios de comunicação fabricam o consenso de uma ordenação apolínea e prometéica, que estabelece como parâmetros da vida em sociedade, a felicidade individual caracterizada por um lugar de destaque na pirâmide social, os critérios de valoração se constroem em torno das referências pessoais e se sedimenta a ética de "tirar vantagem" (TEIXEIRA, 2001, p. 119-138).

Entretanto, é preciso notar que, paradoxalmente, neste contexto minado pelos signos midiáticos, os jovens ritualizam as experiências de religação e agregação coletiva que atestam formas originais de sociabilidade. Mesmo de maneira efêmera e transitória é possível distinguir os modos de pertencimento, numa estrutura social que adquire novos contornos.

O programa folhetinesco "Malhação" inaugurou um estilo, numa mistura de gêneros de linguagem diversos, mixando o formato das histórias em quadrinhos, romances policiais e da comédia. Numa espécie de videoclipes

ligeiros, aquecidos pelo ritmo da música pop internacional e enxertos da discografia mais arrojada da MPB, assegurando uma parcela significativa do público e sinalizando, inicialmente, tendências na ficção seriada televisiva. Por intermédio do lúdico, a série sugeriu breves incisões reformulando estruturas da vida cotidiana (nos jogos de linguagem, na moda, no comportamento).

Os grandes sistemas, as utopias e ideologias se desmancharam no ar, ao mesmo tempo em que começaram a ruir os regimes políticos e os sistemas fechados no final da década de 1980 (IANNI, 2000, p. 33-64). As tramas culturais anteriores, dos anos de 1980, se perfazem, estrategicamente, no interior das maquinações técnicas e ideológicas, num beco estreito entre o Estado e o capital, os indivíduos e grupos colocam em marcha experiências éticas e estéticas que se projetam na microfísica do cotidiano, sinalizando tendências e arregimentando pequenas legiões. Com este fim, a utilização das mídias aparece como uma estratégia fundamental para a experimentação de novas linguagens; dos quadrinhos aos videocliques, dos gêneros policiais, de suspense e aventuras à atualidade da comédia. As novas séries propõem uma programação que renova também nos desenhos gráficos, nas cores e formas, assim como pelos enquadramentos, aberturas e mixagens possibilitadas pela sofisticação tecnológica. Neste sentido, o folhetim "Malhação" exhibe uma produção de bom nível.

No mercado internacional da ficção para os adolescentes, o folhetim "Malhação" é resultado de um produto cultural fabricado segundo as regras do consumo juvenil. A experiência do primeiro amor, as surpresas na descoberta do corpo, uma vontade de independência e o desejo de ser bem sucedido numa sociedade fortemente competitiva, que parece contratualizar as relações sociais, numa espécie de "darwinismo social", são alguns dos ingredientes que compõem a semiose desse estilo de programação.

Há algo de infantilização na proposta dos programas feitos para adolescentes na cultura de massa e este é um dado que distingue a formação dos jovens das gerações passadas, treinados para parecerem adultos e supostamente responsáveis. Num certo sentido, a ficção americana (incluindo o cinema) difere da ficção brasileira, no que concerne à representação das crianças

tratadas como adultos e à simulação do comportamento dos adultos, de maneira infantilizada; mas exteriormente às formas da ficção, este é um dado que reflete uma distinção importante, entre as duas culturas.

A Focalização da ficção seriada "Malhação" num estudo sobre a emergência da esfera do cotidiano é relevante pelas seguintes razões: em primeiro lugar porque consiste num programa que privilegia o culto do corpo e a ritualização da beleza plástica no centro da cena e ao mesmo tempo coloca em evidência (especialmente a partir de 1998) uma realidade predominante no universo de uma grande maioria de jovens adolescentes, que é a escola, e mais do que isso, a série projeta um estilo de comportamento que enfatiza a fabricação do físico perfeito como senha de acesso à felicidade, enfatizando também a idéia da universalização da educação⁴⁴. Depois, porque consiste numa ficção seriada que, embora tratando do fenômeno estético em seu sentido convencional, enquanto beleza padronizada, remete a uma reflexão sobre a Estética em seu sentido original, como uma faculdade de compreensão e revelação do mundo a partir dos afetos, sensações e sentimentos. Finalmente, porque conduz a uma leitura crítica sobre o modo como os indivíduos interagem com o universo paralelo da televisão, povoado pelas estrelas, que como "novos olímpianos", encarnam façanhas e valores extraordinários, prescrevendo uma modelização da vida.

A sociedade de consumo apresenta uma série de valores éticos e estéticos, característicos de um contexto social em transformação e que solicitam uma decifração.

O automóvel, o telefone, o controle remoto, os cartões digitais, a televisão e as várias "tecnologias do bem estar" atuam no plano das experiências mais intimistas dos indivíduos, como os objetos tecnológicos que penetraram nos vários domínios da atividade cotidiana, e como mostra Mc Luhan, consistem em extensões do homem.

O cuidado com a boa forma física faz parte integrante da existência cotidiana nas diferentes culturas ao longo da História. Contudo, na época das máquinas de visão, a aparência do corpo juvenil, saudável e vigoroso parece ter se tornado um tipo de obsessão para a maioria das pessoas. Partindo destas primeiras

⁴⁴ O programa passa a ter um novo cenário: troca-se a academia de ginástica por uma escola, justamente num ano em que há uma efervescência da política de educação para todos, no Brasil, no governo de Fernando Henrique Cardoso.

impressões, pretendemos examinar como hoje, na chamada sociedade da informação, os homens e mulheres formam uma imagem de si próprios a partir das imagens mostradas na televisão (Mc LUHAN, 1988)⁴⁵.

Assim, considerando a televisão como um veículo que transmite informações que norteiam os indivíduos no 'cuidado de si' e na vida coletiva, o programa "Malhação" é eleito enquanto corpus desta análise sobre a emersão da esfera da vida cotidiana. Primeiramente porque é um programa que coloca o 'culto do corpo' no centro da cena, onde a celebração da beleza física está presente em quase todas os episódios. Depois, consiste numa espécie de telenovela, que tratando dos procedimentos estéticos em seu sentido imediato, remete a uma reflexão sobre a Estética, em sua dimensão mais ampla, ou seja, como uma faculdade de compreensão da vida a partir dos afetos, das sensações e dos sentimentos. E, finalmente, porque o modo como as imagens do corpo são exibidas na ficção de "Malhação", para além dos seus ares de frivolidade, favorece um entendimento das diferentes mediações realizadas pelos atores sociais, a partir das informações geradas pela televisão.

O culto do indivíduo na sociedade informacional produz também os ritos narcísicos⁴⁶. No que concerne ao narcisismo, especificamente em relação à cultura brasileira⁴⁷, se confunde nos jogos de espelhos das danceterias, academias de ginástica, salões de beleza, clínicas de cirurgia plástica, no pátio da linda escola que se estende aos botequins da galera e até ao clube. O investimento dos homens e mulheres na sociedade do "chip", dos celulares e máquinas ergométricas incide sobre a aparência de si. Estes mecanismos propiciam meios de aproximação e, ao mesmo tempo, de distanciamento. Revigoram os laços de sociabilidade, mas também, produzem formas de segregação, ausência de regras e exclusão social (anomia). As imagens virtuais do corpo na "Malhação" traduzem o tipo de azar e de felicidade dos sujeitos do século XXI que apostaram todas as fichas na realização imediata, no transitório, na frivolidade. Mas por outro lado, a materialização do espírito hedonista compõe novas tribos. Na sociedade informacional, os seres se agrupam em torno dos

⁴⁵ Cf. Mc Luhan (1988).

⁴⁶ Sobre o narcisismo ver Lasch (1995 e 1998).

⁴⁷ Ver Costa (1999): "Narcisismo em tempos sombrios". In: idem (org.) Tempo do Desejo.

mitos que conferem sentido à sua existência. Nas sociedades antigas tais mitos asseguravam uma forma de transcendência; atualmente, o prazer estético flui na dimensão imanente dos corpos esculpidos à base de musculação e de intervenções cirúrgicas. O eletrônico, cibernético, o informacional asseguram a performatividade dos indivíduos que se comprazem na bela aparência física de uma vida saudável.

É possível pensar este contexto teórico social da informação para entender onde se localiza e como funciona o objeto desta investigação. O programa televisivo folhetinesco *Malhação* é um produto informacional e de entretenimento produzido e consumido nesta sociedade, inclusive, a própria Escola (Colégio Múltipla Escolha, antes representado pela academia de ginástica “*Malhação*”), onde se desenrola a ficção televisiva. A academia é um exemplo da lógica da empresa que se moderniza constantemente, introduzindo novos incrementos tecnológicos e transformando a organização. Já a escola, mesmo sendo um cenário “mais simples”, vem carregado de significados subentendidos (cultura de massa e política de educação para todos).

Por último, ainda é possível destacar mais um traço de pertencimento da sociedade informacional. Nesse programa, mais do que num sistema de TV interativa, os telespectadores não só interferem na trama novelística, e sabem dos temas que serão exibidos durante a semana através da *home page* do folhetim “*Malhação*”, no site da *Globo.com*, conforme exposto anteriormente, como também, através da mesma página, entram em contato por meio de “bate papo” com os “atores”, bem como através dos diversos *sites* dos fãs-clubes do programa, existentes no Brasil e até em nível internacional.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A cultura das mídias, particularmente da rede Globo, projeta por meio da ficção televisiva, um quadro harmônico da sociedade e se inibe na exibição da sua contrapartida, ou seja, a parte espedaçada do social. Isto irá aparecer em toda a sua evidência nos fragmentos das imagens, sons e textos que darão o tom no campo de significação das mídias nos anos de 1990. Será preciso que o cotidiano das cidades se torne mais turbulento para que as séries decidam enfrentar a fúria das massas, que, de uma forma mais real, exibirão o êxtase, o sublime e o horror social, na década de 1990.

“Malhação” é o narcisismo nos tempos da *cibercultura*. Nos anos de 1990, a paisagem do mundo se transformou radicalmente. A violência urbana, a AIDS, a queda do muro de Berlim e o fim dos regimes socialistas, o narcotráfico, a explosão dos presídios, “o 11 de setembro de 2001”, o terrorismo internacional impõem uma nova consciência da realidade, que se distingue frontalmente daquelas das décadas anteriores. Neste contexto, as mídias, principalmente, a televisão, tendem a diluir as formas contraculturais e a enfatizar as imagens que projetam uma visão mais harmônica e pacífica do mundo e que refletem as promessas de felicidade propiciada pelo conforto da sociedade de consumo. O lado da realidade social que é desordem e caos é mostrado no vídeo como uma anomalia social. É algo que não se ajusta à lógica das organizações, ao sistema econômico neoliberal ou que simplesmente destoa da ética e estética da sociedade de consumo.

Neste sentido, uma série folhetinesca como "Malhação", bem típica do modelo de existência das jovens gerações dos anos de 1990 e início do século XXI, apresenta as formas de um ideal perfeito contemporâneo, que permite apreender ali os traços da contracultura, entretanto, de maneira bem

domesticada, isto é, dentro dos parâmetros de conformidade do estilo global. O que faz com que o potencial das tendências contraculturais seja fragilizado.

O movimento histórico dos anos da década anterior produz, dialeticamente, nos anos de 1980/90, um estilo de comportamento mais conformista em que o culto da personalidade, o culto do corpo e a valorização dos espaços privados configuram uma nova modulação ética e estética.

Mas, por outro lado, a sociedade que busca moldar e controlar os indivíduos a partir de parâmetros tecnoburocráticos, neoliberais ou mercadológicos, gera novas formas de exclusão e desagregação. Os inconscientes protestam e as pulsões selvagens do social vêm à tona sob a forma da ira, do ódio e da violência urbana, criando as aparências de uma nação quase em clima de guerra civil. Assim, no Brasil contemporâneo que, historicamente, tem se caracterizado pelos abismos socioeconômicos, experimenta, no fim de milênio, a agressividade dos indivíduos que reclamam o seu lugar na sociedade de consumo.

O erotismo se mostra à exaustão nas bancas de revista, nos *outdoors*, no cinema, na televisão e na Internet; todavia, isto se faz de maneira controlada pela ditadura da moda, pelo perigo da AIDS e pela ameaça da violência urbana. As tribos se rebelam "sem causa" e sem utopias, movidas, sobretudo, pelo espírito da destruição. Num contexto em que os discursos e as práticas se prestam à dispersão, diluindo-se no "liquidificador global", alguns autores enxergam uma certa positividade no ódio, que provoca agenciamentos históricos reais, num estágio da cultura marcado pela "greve dos acontecimentos"; em registros conceituais e pragmáticos diferentes. Assim é possível perceber que paira ou desabrocha uma vontade geral de desestabilização da simulação de paz e harmonia, forjadas pela ideologia dominante e, que é veiculada especialmente pela televisão.

É dessa forma que este estudo pretendeu refletir sobre as estruturas da esfera do cotidiano presente no formato do folhetim televisivo, e que certamente pode, em muito, modificar o comportamento das audiências. Inclusive com esta possibilidade de subjugar e nivelar os abismos e contradições sociais, fazendo perceber que os conflitos sociais na verdade não são tão cruéis, quando

suavizados na mídia. Malhação sugere uma acomodação e até uma conformação do jovem frente às contradições históricas. É esta domesticação do espírito da juventude que é inaceitável, principalmente ela que geralmente se constitui como a grande questionadora das desigualdades sociais e das hipocrisias do mundo adulto, portanto, das possibilidades de uma contracultura saudável. Mas apesar disso, vale recordar que permanece a possibilidade que nos abre a teoria de Barbero, em que o momento da recepção do que a mídia nos oferece, executa um papel e movimento ativos.

Por essa razão, esse trabalho levanta numerosas questões que devem e precisam ter continuidade posterior, no sentido de pesquisa, tanto no que se refere à produção quanto à recepção, exigindo do pesquisador uma nova postura que o leve a refletir sobre a importância do global e do local dentro do novo cenário, o que o impede de recuar diante do desafio de encarar também, e finalmente, as relações entre o micro e o macro contextos. Para enfrentar a problemática que inspira a reflexão sobre a produção social do sentido, preocupação básica de qualquer investigação hodierna, que quer pensar os sistemas e processos de comunicação e educação à luz de uma teoria social, a qual dê conta das imbricadas relações entre micro e macro social, entre estruturas e agentes, entre campos de produção cultural e práticas cotidianas, dentre outras questões que emergem disso.

Será preciso dar continuidade a este estudo, no nível dos receptores, que certamente dará ênfase à questão das identidades sócio-culturais e das práticas cotidianas.

A produção televisiva busca a etnografia, produz e tem dados sobre o cotidiano e as relações sociais e familiares que revelam as práticas culturais e os usos dos meios de comunicação, a qual conecta a cultura global com a local. Faz-se urgente conhecer e descrever como as identidades étnica e regional se constroem e se transformam de uma geração para a outra, sob a influência ou não dos meios de comunicação presentes em cada época. Também interessa conhecer como a instituição familiar contribui para a formação das audiências televisivas no que diz respeito: à formação do gosto por gêneros e tipos de

programas, tipo de relação com o meio, definição de papéis na estruturação do conhecimento, opiniões, visões de mundo etc.

Nesse sentido, a educação escolar urge por práticas educativas que dependam do conhecimento desta nova realidade e dos novos e complexos processos sociais de formação, portanto, torna-se necessário dar continuidade a este estudo, especialmente no campo educacional. Pois é através de uma educação para as mídias, que será possível aproveitar o grande potencial da mídia, no processo de construção do conhecimento e da realidade humana, especialmente da televisão que em muito tem participação no processo de socialização do conhecimento e das informações (alienantes ou não) da grande maioria da população brasileira nesse início do século XXI.

E pensando sobre o papel da educação escolar, vale lembrar de Snyders (1998), segundo o qual, a escola necessita ser transformada e, esse processo só se dará a partir do que há de essencial na e é específico da escola, ou seja, permitir o acesso e a participação dos jovens na cultura. Nesse sentido, renovar a escola significa transformar os conteúdos culturais.

No âmago, toda escola define-se pelos conteúdos que seleciona, propõe, privilegia – os que ela silencia, e é daí que decorrem as abordagens correspondentes, porque é o que define o tipo do homem que se espera ver sair da escola (SNYDERS, 1998, p. 11).

Para Snyders, a escola ocupa quase 20 anos da vida da maioria dos jovens favorecidos e um pouco menos para os menos favorecidos. Então é na escola que os jovens, em geral, passam a maior bela parte da juventude. Para o autor, é preciso pensar a escola e o aluno no presente. Preocupado com este tema, preocupa-se em sua obra, estudar o terreno da satisfação escolar presente na escola que justifique tanto tempo de permanência dos alunos na escola. O autor busca o caminho de reencontrar essa satisfação, não como causa primeira, mas como consequência. Portanto, não se prende nos aspectos dos jogos, métodos agradáveis, e outros, utilizados pela escola, mas sim de reencontrar o jovem com a cultura elaborada, para construção do homem inteiro (Heller) e plenamente satisfeito, no sentido abordado por Snyders.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- BACCEGA, Maria Aparecida. Recepção: nova perspectiva nos estudos de comunicação. In: **Revista Comunicação e Educação**. Ano IV, n. 12. São Paulo: Moderna/USP; maio/ago. de 1998.
- BADALONI, N. - A Filosofia da Práxis como previsão. In: Hobsbawn, E. J. (org.). **História do Marxismo**, vol. X: **o marxismo na época da Terceira Internacional: de Gramsci à crise do stalinismo**. Trad. Carlos Nelson Coutinho, 1987.
- BELLONI, Maria Luiza. **O que é mídia-educação**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001. (Coleção Polêmicas do Nosso Tempo, 78)
- BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política**. Obras Escolhidas, v. 1. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação?** 1. ed. – São Paulo: Brasiliense, 1982. (Coleção Primeiros Passos, n.º 67)
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão - seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Trad. Maria Lúcia Machado. . Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- _____. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz (português de Portugal). Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998a.
- _____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1999a. (Coleção Estudos)
- BRAGA, José Luiz, CALAZANS, Regina. **Comunicação e educação: questões delicadas na interface**. São Paulo: Hacker, 2001.
- BUCCI, E. **Brasil em tempo de TV**. 3ª ed. – São Paulo: Tin Kings Editores Associados, 2000.
- _____. Quanto vale a sua privacidade? **Nova Escola**, ano XVII, n. 151; p. 14, abril 2002.
- BUCI-GLUCKSMANN, C. - **Gramsci e o Estado**. Trad. bras. - 2ª ed. - Rio de Janeiro: Angelina Peralva, Paz e Terra, 1990.
- CARLSSON, Ulla, FEILITZEN, Cecilia von (orgs.) **A criança e a violência na mídia**. São Paulo: Cortez / Brasília, DF: UNESCO, 1999.
- _____. **A criança e a mídia – imagem, educação, participação**. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.
- CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- CHAUÍ, M. S. - **Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- _____. Notas sobre cultura popular. In: OLIVEIRA, Paulo de Salles (org.). **Metodologia das ciências humanas**. São Paulo: Editora UNESP/HUCITEC, 1998.

- COGO, Denise; GOMES, Pedro Gilberto. **Televisão, escola e juventude**. Porto Alegre, RS: Mediação, 2001.
- CULTURA JOVEM. Programa Malhação, São Paulo: Rede Globo de Televisão, 2002/2003. Programa de TV.
- DEFLEUR, Melvin L., BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da comunicação de massa**. Trad. Octavio Alves Velho. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- DOWBOR, Ladislau, IANNI, Octavio, RESENDE, Páulo-Edgar A., SILVA, Hélio (orgs.). **Desafios da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- DREIFUSS, R. A. **A época das perplexidades**. 3ª ed. - Petrópolis: Vozes, 1999.
- DUARTE JÚNIOR, João-Francisco. **O que é realidade**. São Paulo: Brasiliense, 2000. (Coleção Primeiros Passos, 115).
- FAUSTO NETO, Antônio; PRADO, José Luiz Aidar; PORTO, Sérgio Dayrrel (Orgs.). **Campo da comunicação: caracterização, problematizações e perspectivas**. João Pessoa, PB: Editora Universitária/UFPB, 2001.
- FRIGOTTO, Gaudêncio, CIAVATTA, Maria (Orgs.). **Teoria e educação no labirinto do capital**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.
- GRAMSCI, Antonio. **Cartas do cárcere**. Trad. e seleção Noênio Spínola. 3ª ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1987b.
- _____. **Literatura e vida nacional**. Trad. e seleção Carlos Nelson Coutinho. 3ª ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986.
- _____. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Trad. bras. Carlos Nelson Coutinho. 6ª ed. - Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1986.
- GRINSPUN, Mírian P. S. Zippin (Org.). **Educação tecnológica: desafios e perspectivas**. São Paulo: Cortez, 1999.
- HELLER, Agnes. **O cotidiano e a história**. Trad. Carlos Nelson Coutinho e Leandro Konder. 4ª ed. - São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- _____. **La revolución de la vida cotidiana**. Trad. Gustau Muñoz, Enric Pérez Natal e Ivan Tapia. 2ª ed. - Provença, Barcelona: Edicions 62 s/a., 1994.
- HERZ, D. - **A história secreta da Rede Globo**. Porto Alegre: Tchê!, 1987.
- HITOMI, A. H. **Ideologia: relações sociais e subjetividade; estrutura ideológica e formas sociais de consciência**. Campinas: Unicamp/IFCH, 1993 (Dissertação de Mestrado). 289p.
- HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga (organizadores). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2001.
- IANNI, Octavio. **Enigmas da modernidade - mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- IMBERNÓN, F. (Org.). **A educação no século XXI: os desafios do futuro imediato**. Trad. Ernani Rosa. Porto Alegre, RS: Artes Médicas Sul, 2000.
- INFORMAÇÕES SOBRE REPERCUSSÕES DO PROGRAMA MALHAÇÃO ENTRE OS JOVENS; <http://www.malhacaome.ig.hpg.com.br> [acessado durante o mês de julho de 2003].

KUNSCH, Margarida Maria Krohling (Org.). **Comunicação e educação: caminhos cruzados**. São Paulo: INTERCOM/Loyola, 1986.

LANE, Sílvia T. M.; CODO, Wanderley (Orgs.). **Psicologia social – o homem em movimento**. São Paulo: Brasiliense, 2001.

LIBÂNEO, José Carlos. **Pedagogia e pedagogos, para quê?** São Paulo: Cortez, 1999.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O que todo cidadão precisa saber sobre ideologia**. São Paulo: Global, 1985.

_____. **Televisão – a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988. (Coleção Polêmica)

Mc LUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1988.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Palito e Sérgio Alcides. 2ª ed. – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

_____. Comunicação plural: alteridade e bom humor. **Revista Comunicação e Educação**. Ano III, n.º 9. São Paulo: Moderna/USP, maio/ago. de 1997.

_____. Cidade virtual: novos cenários da comunicação. **Revista Comunicação e Educação**. Ano IV, n.º 11. São Paulo: Moderna/USP, jan./abr. de 1998a.

_____. Comunicação e cidade: entre meios e medos. In: REVISTA NOVOS OLHARES; ANO I; Nº 1; 1º Sem./1998b.

_____. América Latina e os anos recente: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

MARX, Karl. Prefácio à [crítica da economia política]. In: **Para a crítica da economia política; salário, preço e lucro**. (Os economistas), 1. ed., trad. Edgar Malagoldi et all. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

MAXIMO, Antonio Carlos. **Os intelectuais e a educação das massas**. Campinas, SP: Autores Associados, 2000. (Coleção Polêmicas do Nosso Tempo, 76)

MENDONÇA, Maria Luiza. Comunicação e cultura: um novo olhar. In: REVISTA NOVOS OLHARES; ANO I; Nº 1; 1º Sem./1998

ORTIZ, Renato. **A consciência fragmentada – ensaios de cultura popular e religião**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

_____. Modernidade e cultura. In: SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

PACHECO, Elza Dias; VASCONCELOS, Paulo Alexandre C. de. Crise: espaço e representação. **Revista Nexos**. Estudos em comunicação e educação. Universidade Anhembi Morumbi. ano IV, n.º 7. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2º sem./2000.

POPKEWITZ, Thomas S. – Reforma, conhecimento pedagógico e administração social da individualidade: a educação escolar como efeito do poder. In: IMBERNÓN, F. (Org.). **A educação no século XXI: os desafios do futuro imediato**. Trad. Ernani Rosa. Porto Alegre, RS: Artes Médicas Sul, 2000. p. 141 – 170.

PRADO, José Luiz Aidar (org.). **Crítica das práticas midiáticas – da sociedade de massa as ciberculturas**. São Paulo, Hacker Editores, 2002.

PROGRAMA MALHAÇÃO; <http://www.malhacao.globo.com.br> [acessado durante o 1º semestre de 2003].

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Comunicação e cultura: a experiência cultural na era da informação**. Lisboa: Presença, 1999.

SA, Celso P. **Representações sociais: o conceito e o estado atual da teoria**. In: O conhecimento no cotidiano, São Paulo, Brasiliense, 1993.

SILVA, Juremir Machado da. O pensamento contemporâneo francês sobre a comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga (organizadores). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis-RJ: Vozes, 2001a.

SILVA, Mozart Linhares da (org.) **Novas tecnologias: educação e sociedade na era da informação**. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2001b.

SNYDERS, Georges. **A alegria na escola**. São Paulo: Editora Manole, 1988.

SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

_____. A recepção sendo reinterpretada. In: REVISTA NOVOS OLHARES; ano I; nº 1; 1º Sem./1998

SWINGWOOD, Alan. **O mito da cultura de massa**. Trad. José R. B. Azevedo. Rio de Janeiro: Interciência, 1978.

TEIXEIRA, Enaldo. **O local e o global – limites e desafios da participação cidadã**. São Paulo: Cortez; Recife: EQUIP; Salvador: UFBA, 2001.

TOSCHI, Mirza Seabra. Formação de professores e TV Escola. In: **Revista Nexos**. Estudos em comunicação e educação. Universidade Anhembi Morumbi. Ano IV, n.º 7. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2º sem./2000.

_____. **Linguagens midiáticas em sala de aula e a formação de professores**. In: ANAIS DO IX ENDIPE. Goiânia, GO, 2002.

VYGOTSKY, L. S. - **A Formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores**. 5. ed. - São Paulo: Martins Fontes, 1994.

WERTHEIN, Jorge (Org.). **Meios de comunicação: realidade e mito**. Trad. Maria Cândida Diaz Bordenave e outros. São Paulo: Nacional, 1979.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Trad. Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editora Presença, 1987.

ANEXOS