



CENTRO DE HUMANIDADES – CAMPUS III – GUARABIRA

DEPARTAMENTO DE HISTÓRIA

ESPECIALIZAÇÃO EM HISTÓRIA CULTURAL

Hosana da Silva Barros

**TELEVISÃO E IDENTIDADE: A Influência do Seriado
Malhação no Público Adolescente de Mulungu-PB**

GUARABIRA – PB

2012

HOSANA DA SILVA BARROS

**TELEVISÃO E IDENTIDADE: A Influência Que o Seriado
Malhação Exerce no Público Adolescente de Mulungu-Pb**

Monografia apresentada ao Departamento de História da
Universidade Estadual da Paraíba, Campus III, como um
dos pré-requisitos para obtenção do grau de especialista
em História Cultural.

Orientador(a): Prof^a: Dr^a. Mariângela de Vasconcelos Nunes

GUARABIRA-PB

2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL DE
GUARABIRA/UEPB

B277t Barros, Hosana da Silva

Televisão e identidade: a influência do Seriado Malhação no público adolescente de Mulungu-PB / Hosana da Silva Barros. – Guarabira: UEPB, 2012.

40f.: il.

Monografia (Especialização em História Cultural) – Universidade Estadual da Paraíba.

“Orientação Prof. Dr. Mariângela de Vasconcelos Nunes”.

1. Identidade 2. Adolescente
3. Televisão I. Título.

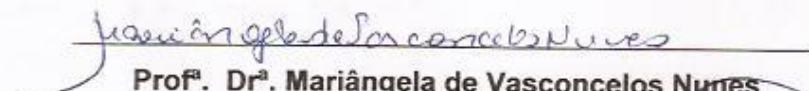
22.ed. CDD 306

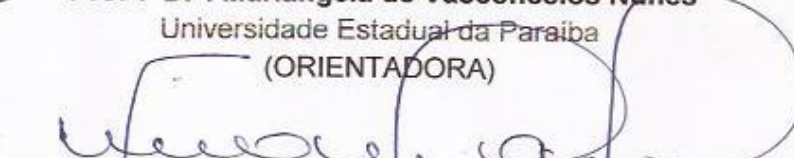
HOSANA DA SILVA BARROS

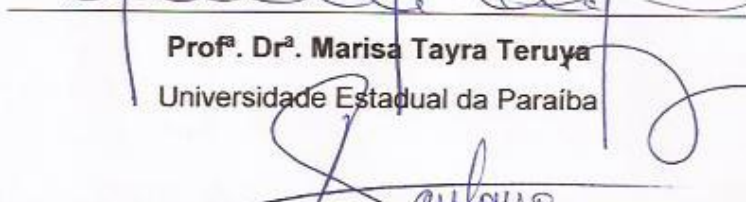
**TELEVISÃO E IDENTIDADE: A Influência Que o Seriado
Malhação Exerce no Público Adolescente de Mulungu-PB**

Aprovada em 20 / 06 / 2012

BANCA EXAMINADORA:


Prof.ª Dr.ª Mariângela de Vasconcelos Nunes
Universidade Estadual da Paraíba
(ORIENTADORA)


Prof.ª Dr.ª Marisa Tayra Teruya
Universidade Estadual da Paraíba


Prof.º Ms. Flavio Carreiro de Santana
Universidade Estadual da Paraíba

GUARABIRA-PB

2012

Aos meus pais Maria Pereira e Sebastião, que são meus grandes incentivadores em qualquer fase da minha vida; aos meus irmãos João e Oziel; aos meus amigos, Juliana, Cíntia, Patrícia, Michel, Maxsuel, Adriana e Paulo que tanto me apoiaram.

Dedico.

AGRADECIMENTOS

Externo minha imensa gratidão a meus pais, em especial a minha mãe Maria Pereira da Silva Barros, pela confiança em mim depositada e pelos sábios ensinamentos no meu processo de formação pessoal e profissional; mulher magnânima da qual sou fã incondicional. Ela é o meu exemplo de vida.

A Deus que me fortalece todos os dias.

Aos meus irmãos João e Oziel.

A todos os meus colegas da turma da especialização, em especial minha grande amiga Adriana pela identificação e cumplicidade durante toda a trajetória do curso.

Aos meus amigos: Cíntia, Juliana, Patrícia; a Paulo, este ser extraordinário e amigo em todos os momentos, um irmão de consideração; e a Michel e Maxsuel, que também me incentivavam neste período.

A todos os (as) professores (as) da especialização, em especial a minha orientadora Mariângela Nunes, pela contribuição teórica e pela disponibilidade de me ajudar na elaboração deste trabalho, e aos demais membros da banca.

A televisão matou a janela.

(Nelson Rodrigues)

TELEVISÃO E IDENTIDADE: A Influência Que o Seriado Malhação Exerce no Público Adolescente de Mulungu-Pb

RESUMO

O presente trabalho tem o intuito de mostrar a influência do seriado Malhação nas ações e no dia-a-dia dos jovens adolescentes da cidade de Mulungu-Pb, e de como esses jovens incorporam em seu cotidiano as imagens e representações transmitidas em tal seriado. O trabalho também faz uma abordagem do surgimento de um importante meio midiático, a televisão, que é o meio de comunicação mais consumido do país. No trabalho, abordo a questão de como os jovens são receptores das imagens e como eles imitam as atitudes dos personagens para assim construir suas identidades. Para o desenvolvimento deste trabalho foram entrevistados jovens de faixa etária entre 13 e 17 anos. Com nosso estudo constatamos o quanto é forte a presença do programa malhação nas vidas dos adolescentes do município de Mulungu, e o quanto o seriado interfere nas práticas cotidianas dos jovens entrevistados.

PALAVRAS-CHAVE: Adolescentes, Identidade, Televisão, Malhação.

LISTA DE IMAGENS

IMAGEM 01. Chateaubriand na inauguração da Rádio Tupi	16
IMAGEM 02. Logotipo da TV Tupi.....	18

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

2. PROGRAMAS TELEVISIVOS E AS CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS

2.1. Televisão brasileira: breve histórico	15
2.2. Os programas televisivos	19
2.3. Televisão como formadora de identidades	20

3. MALHAÇÃO E O PÚBLICO ADOLESCENTE DE MULUNGU-PB

3.1. Malhação e suas formas de endereçamentos	22
3.2. Perfil dos adolescentes de Mulungu	23
3.3. Como os adolescentes de Mulungu recebem o seriado Malhação	24

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

36

REFERÊNCIAS

38

1. INTRODUÇÃO

A História Cultural ganhou fôlego na década de 1980 como resultados dos estudos culturais iniciados na década de 1960. Sua ascensão suscitou a emergência de uma infinidade de abordagens, novos personagens antes excluídos e uma diversidade de fontes. Nesse sentido, “a história cultural se tornou um dos campos mais vigorosos e debatidos do âmbito histórico” (CHARTIER, 2009, p.33).

Toda essa diversidade de abordagens, objetos e fontes que surgiu com a História Cultural, que procede do termo que lhe acompanha: a cultura. Como temos dificuldade em definir conceitualmente o que seja cultura, a História Cultural também se torna difícil compreender suas fronteiras historiográficas.

Epistemologicamente falando, a História Cultural trouxe para o cerne das discussões, segundo Sandra Pesavento (2005), cinco conceitos principais, quais sejam: o imaginário, a narrativa, a ficção, a sensibilidade e a representação, conceito que fiz uso neste trabalho monográfico. Nesse sentido, vários estudiosos da cultura se voltaram para abordar o tema da representação, a fim de compreender melhor seus objetos de estudos ou para tentar defini-lo (FOUCAULT, CHARTIER, BURKE, GINZBURG). A seguir, Pesavento (2005) traça breves considerações acerca das representações e sua função na sociedade:

As representações constituídas sobre o mundo não só se colocam no lugar deste mundo, como fazem com que os homes percebam a realidade e pautem a sua existência. São matrizes geradoras de condutas e práticas sociais, bem como explicações do real. Indivíduos e grupos dão sentido ao mundo por meio das representações que constroem sobre a realidade. (PESAVENTO, 2005, p.39)

Neste trabalho, busco perceber como os adolescentes da cidade de Munalungu – cidade do agreste paraibano – consomem o que é transmitido pelo programa Malhação e até que ponto isso interfere na formação de suas identidades. Assim como bem coloca Pesavento (2005, p.40), “A representação envolve processos de percepção, identificação, reconhecimento, classificação, legitimação e exclusão”. Todos esses elementos são os que entram no processo de “descentração” do sujeito, ou seja, são elementos que levam os indivíduos a se identificar com uma infinidade de coisas e de forma momentânea, sem que suas

identidades se mantenham ancoradas em um único ponto de identificação que possa gerar uma unidade (HALL, 2005).

Também foi imprescindível para este estudo a história oral, usada aqui como metodologia. De um modo geral, pesquisas baseadas em fontes orais, notadamente em entrevistas, foram secundarizadas, sobretudo no século XIX, momento em que as tradições orais foram *escanteadas* enquanto fonte de informação. Este foi o período que predominou o positivismo, que refletiu na história com uma proposta de torná-la ciência, aos moldes das ciências da natureza. A proposta era relegar da história todo o vestígio de subjetividade. Só assim o conhecimento histórico assumia o status de cientificidade pretendida pelos positivistas. Para torna-se objetiva, a história deveria ceder “um reflexo fiel dos fatos do passado, puro de toda distorção subjetiva” (REIS, 2004, p.18). Nesse sentido, os relatos orais quebrariam com essa pretensão de se fazer uma história científica objetiva, igualmente às ciências naturais da época.

No modelo tradicional da história, a objetividade, a linearidade do tempo histórico e o apego aos documentos, principalmente os oficiais – documentos de cunho político, religioso, militar, enfim, documentos institucionais – eram estruturados na obra histórica de forma narrativa e quantitativa. A objetividade era conseguida através da imparcialidade, ou seja, o historiador deveria se manter neutro ao explorar os eventos, para que somente a “verdade” dos fatos viesse à tona.

As bases que sustentaria a história oral vieram com o surgimento da Escola dos Annales, escola francesa que surgiu no final da década de 1920 com a proposta de uma *nouvelle histoire*. Essa expressão passou a ser usada por muitos historiadores para designar a história influenciada pelas ciências sociais. Desde o início do século XX, a história esteve embebida numa concepção inovadora meio à insatisfação de parte dos historiadores à história positivista. Foi aí que a concepção de história aos moldes positivistas foi aos poucos sendo repensada; o “fato singular” deixou de dominar o horizonte do historiador; este se interessava, agora, em captar as pulsações, os ciclos da longa ou curta duração da vida econômica e seus efeitos sociais (CARDOSO; BRIGNOLI, 2002, p.25). Para tanto, a história teria que abandonar alguns pressupostos, algumas práticas, conforme Reis resume a seguir:

[...] abandonou o pressuposto da história produzida pelo sujeito consciente através do Estado-Nação, recusando a história política, radicalizando excessivamente o projeto de Simiand; abandonou o pressuposto do estudo do singular, do específico, do irrepitível, recusando o “evento”; abandonou o pressuposto do fim que justifica todo o passado, o presente e o futuro, recusando a forma narrativa do discurso histórico; abandonou o pressuposto do sujeito consciência cívica, de si ou de classe, recusando a ação social prescrita por essas consciências; abandonou o pressuposto da história partidária, parcial, a serviço de poderes religiosos e políticos, recusando a ideologização do discurso histórico; abandonou o pressuposto do tempo cronológico, linear, irreversível, recusando o evolucionismo progressista; abandonou o pressuposto da história conhecimento do passado, recusando a “história-museu”. (REIS, 2000, p.66-7)

A história total dos Annales veio estabelecer “não só a distinção entre um passado estritamente histórico e um passado que não seria histórico” (REIS, 2005, p.86), mas também uma certa liberdade temática para os historiadores. Nesse sentido, a proposta totalizante da história parece ser coerente com a “história-problema”, apontando que até um mesmo fato histórico pode desencadear diversos pontos de vistas, diversas interpretações. Então o historiador, a partir de um problema, ele pode desenvolver suas hipóteses e se lançar na pesquisa. Será esse problema que determinará a escolha das fontes. Sendo assim, a Nova História proporcionou um ambiente favorável para que o historiador pudesse se utilizar de fontes consideradas não-históricas na restituição de fatos históricos, abrindo espaços para o desenvolvimento da história oral como fonte de pesquisa, que ascendeu como metodologia da história a partir da década de sessenta (JUCÁ, 2003, p.41-42).

Pelo menos dois pontos podem ser apontados para explicar o impulso que foi dado à história oral a partir dos Annales. O primeiro ponto que destacamos foi a *história do tempo presente*, que despertou o interesse pela história oral para compreender a percepção do presente sobre o passado. Outro ponto foi o interesse da história por todos os homens (Cf. LE GOFF, 1993). Logo a história oral aparece para dá visibilidade a novos sujeitos históricos, antes deixados às margens da história.

No Brasil, a utilização da história oral se deu a partir da década de 1970, quando os estudos a cerca da história política contemporânea ganharam impulso no Rio de Janeiro (Cf. JUCÁ, 2003, p.44). A partir de então, o uso da história oral se

tornará mais freqüentes entre os historiadores e pesquisadores de diversas áreas do conhecimento.

Atualmente, os trabalhos utilizando a história oral como metodologia de pesquisa aumentaram consideravelmente. Mas todo esse elevou que a história oral desperta nos pesquisadores não é por acaso. Isso pode ser explicado pela peculiaridade documental que a história oral produz. Enquanto os documentos tradicionais apresentam-se de forma dispersa, fragmentada, a história oral se apresenta ao pesquisador de forma contínua e homogênea – pelo menos é esta a impressão que temos quando trabalhamos com depoimentos de pessoas. Além do mais, o relato do entrevistado proporciona ao pesquisador uma sensação de um contato mais palpável com o passado.

Como um filme, o passado é descortinado ao pesquisador por meio da história oral, sem interrupção. Nos depoimentos orais há neles uma vivacidade porque se trata de uma narrativa produzida por um sujeito humano e singular, que compartilha suas experiências, acrescentando, assim, “ingredientes pessoais”, como destaca Alberti (2004, p.14):

E, ouvindo-o falar, temos a sensação de ouvir a história sendo contada em um contínuo, temos a sensação de que as descontinuidades são abolidas e recheadas com ingredientes pessoais: emoções, reações, observações, idiosincrasias, relatos pitorescos. Que interessante reconhecer que, em meio a conjunturas, em meio a estruturas, há pessoas que se movimentam, que opinam, que reagem, que vivem, enfim!

Mas, para além de sua aparente facilidade de uso e encanto, a história oral pode esconder “armadilhas” que não levadas em consideração pode seduzir o pesquisador, levando-o a cometer equívocos e trazer incoerência ao trabalho histórico.

Como método de pesquisa, a história oral deve seguir com rigor alguns pressupostos, para que os registros das entrevistas possam ser manuseadas de maneira adequada. Uma das medidas é atentar para a interpretação das informações coletadas por meio da história oral. Na verdade, as entrevistas devem seguir um processo de hermenêutica. Assim como informa Alberti (2004, p.19), “as

entrevistas têm um valor de documento, e sua interpretação tem a função de descobrir o que documentam”.

Nesse sentido, as entrevistas de história oral devem estar norteadas não só pela temática estudada pelo pesquisador, mas levando em consideração também a relação que o interlocutor possui acerca do tema. Além disso, na história oral deve ser usada para responder as indagações que fazem sentido e contenham importância para o agora (NUNES, 1992, p.76), pois através do relato se aflora o passado do presente.

Além destes cuidados com as entrevistas, o entrevistador deve ficar atento às formulações das perguntas e na abordagem ao depoente. Thompson (1992) nos adverte com algumas informações para a execução da história oral, quando diz que as perguntas formuladas devem ser sempre simples, diretas e utilizando uma linguagem comum, e sempre que possível não interromper a narrativa do entrevistado.

Portanto, para o presente estudo, lancei mão das possibilidades da história oral para conseguir relatos importantes para esta pesquisa.

Utilizei as contribuições da História Oral, a fim de compreender como os adolescentes da cidade de Mulungu recebem o seriado *Malhação*, suas opiniões, e a influência exercida pelo seriado na vida cotidiana dos participantes da pesquisa.

Para desenvolver esta pesquisa usei metodologicamente a história oral. Foram entrevistados 12 adolescentes, com idade entre 13 e 17 anos, e que estudam na rede estadual e municipal de ensino. Munida de um questionário contendo 9 perguntas, abordei os adolescentes na saída da escola, nas praças e nas paradas de ônibus. Todas as entrevistas foram gravadas e em seguidas transcritas.

O trabalho está dividido em duas partes. Na primeira, verso sobre a televisão e suas influências nas vidas das pessoas, na medida em que os programas televisivos entram – sem pedir licença – nos lares e alteram costumes, práticas e identidades. Na segunda parte discuto o seriado exibido diariamente pela TV Globo: *Malhação*, e suas influências no público adolescente da cidade de Mulungu-PB.

A título de classificação, o presente trabalho trata o programa *Malhação* como um seriado, e não como telenovela, assim como muitos o classificam, visto que o mesmo vem sendo apresentado ininterruptamente, a cada ano, desde 24 de abril de 1995.

2. PROGRAMAS TELEVISIVOS E AS CONSTRUÇÕES IDENTITÁRIAS

2.1. Televisão Brasileira: breve histórico

A televisão brasileira conquistou projeção mundial, chegando a exportar programa para centenas de países demonstrando assim a competência e criatividade de nossos produtores.

Em 2 de junho de 1939 ocorreu a primeira demonstração de televisão no Brasil. Realizada na Feira de Amostras que ocorria no Rio de Janeiro, a exibição contou com a participação de cantores de rádio e aparelhagem trazidas da Alemanha. Onze anos após a demonstração inaugural, foi ao ar a primeira imagem de emissora de televisão brasileira. Na TV Tupi de São Paulo, a 4 de Junho 1950, a apresentação do cantor e ex-ator mexicano José de Guadalupe Mojica foi acompanhada pelo público, que se juntou no saguão do edifício Dos Diários Associados e em outros pontos distribuídos pela cidade. (NOVAES; *et al*, 1998, p.445)

No Brasil, a televisão foi oficialmente inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, em estúdios precários instalados em São Paulo, graças ao jornalista Assis Chateaubriand. A seguir veremos a imagem de Chateaubriand que está de perfil na foto.



IMAGEM 01. Chateaubriand na inauguração da Rádio Tupi, 4 de setembro de 1937. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Malha%C3%A7%C3%A3o>

Para Novaes:

Em 1950, Assis Chateaubriand, proprietário dos Diários Associados, inaugurou a primeira emissora de televisão no Brasil, a Tupi de São Paulo. No início a emissora pioneira contou com a assessoria de técnicos americanos da RCA Victor e com profissionais oriundos da rede de rádio. A Tupi logo expande seu raio de alcance criando as Emissoras Associadas com afiliadas em outras capitais. Em 1955 a rede já possuía estações no Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Campina Grande, Fortaleza, São Luís, Belém, Goiânia e Belo Horizonte. (NOVAES; *et al*, 1998, p. 444)

A princípio, a televisão brasileira submeteu-se a influência do rádio, copiando seu formato de programação.

Ao contrário da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte industrialização cinematográfica, a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando inicialmente sua estrutura, o mesmo formato de programação, bem como seus técnicos e artistas. (MATTOS, 2008, p. 49)

Segundo Novaes (1998), Chateaubriand escolheu um desenho de um índio, de olhos ocidentais e em vez de penas no cocar tinha antenas televisivas, para representar a imagem da TV Tupi. Neste caso, os olhos ocidentais e as antenas serviriam para mostrar que as novas tecnologias eram bem-vindas no Brasil. A seguir veremos a imagem do índio que representava a TV Tupi:

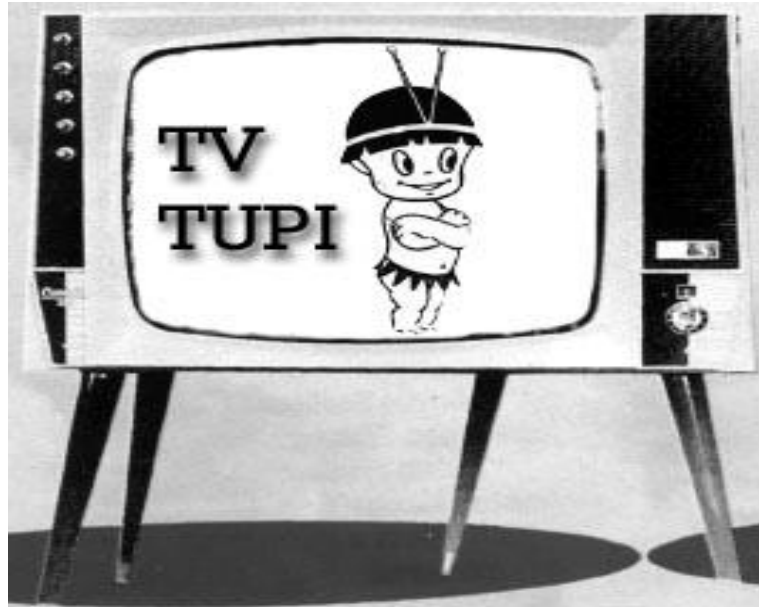


IMAGEM 02. Logotipo da TV Tupi. Disponível em:

http://www.cognitiva.com.br/7museu/associados/7historia/Anos_60/Anos60_TV_Foto2.htm

Atribui-se até hoje, televisão como sinônimo de tecnologia, já que ela propiciou um avanço no desenvolvimento tecnológico na indústria de equipamentos para transmitir sinais e dados.

Ao chegar ao Brasil, a televisão presenciou a vida cultural do país concentrada no Rio de Janeiro. Desde sua fundação,

A televisão Brasileira teve uma característica: todas as 286 geradoras (emissoras que podem exibir programação própria) e 8.484 retransmissoras em funcionamento até julho de 2000- de acordo com dados da ABERT- estão sediadas em áreas urbanas. Suas programações são dirigidas as populações urbanas, são orientadas para o lucro (com exceção das estatais), seu controle acionário está concentrado nas mãos de uns poucos familiares e funcionam sob o controle da legislação existente para o setor. Além disso, a televisão brasileira é fortemente dependente das verbas publicitárias, alocadas principalmente pelas agências de publicidades. (MATTOS, 2008, P. 50).

A televisão passou por várias transformações ao passar dos tempos deixando de ser adquirida apenas pelas camadas ricas da sociedade e passando a ser comprada também por todas as camadas sociais.

Segundo Mattos (2008), a televisão brasileira pode ser apresentada em seis fases do seu desenvolvimento. Para estabelecer estas fases Mattos levou em conta o desenvolvimento da TV dentro do nosso contexto social, econômico, político e cultural.

Para ele as fases são:

- 1) A fase elitista(1950- 1964), quando o televisor era considerado um luxo ao qual apenas a elite econômica tinha acesso;
- 2) A fase populista(1964- 1975), quando a televisão era considerada um exemplo de modernidade e programas de auditório e de baixo nível tomavam grande parte da programação;
- 3) A fase do desenvolvimento tecnológico(1975-1985), quando as redes de TV se aperfeiçoaram e começaram a produzir, com maior intensidade e profissionalismo, os seus próprios programas com estímulos com estímulos de órgãos oficiais, visando inclusive a exportação;
- 4) A fase da transição e da expansão internacional(1985-1990), durante a nova república, quando se intensificaram as exportações de programas;
- 5) A fase da globalização e da TV paga(1990- 2000), quando o país busca a modernidade a qualquer custo e a televisão se adapta aos novos rumos da democratização; e
- 6) A fase da convergência e da qualidade digital, que começa no ano 2000, com a tecnologia apontando para uma interatividade cada vez maior dos veículos de comunicação, principalmente a televisão, com a internet e outras tecnologias da informação. (MATTOS, 2008, p. 78-79)

Uma das características da televisão brasileira é ser um veículo publicitário. A princípio, a televisão brasileira não conseguiu atrair grandes anunciantes porque não atingia um público muito grande.

No entanto, nos últimos anos o Brasil vem alcançando um importante desenvolvimento econômico graças às políticas centradas na rápida industrialização que se baseou em tecnologias e capitais estrangeiras, proporcionando assim importantes investimentos publicitários e um maior desenvolvimento dos meios de comunicação. Com isso a televisão transformou-se numa das maiores agências de publicidade de nosso país, devido ao aumento da sua audiência, passando a atingir não apenas as classes mais abastadas como também aos menos favorecidos.

Pode-se dizer que hoje a televisão transformou-se no meio de publicidade mais importante do Brasil. Influenciando nos padrões de consumo da população, os produtos mais anunciados na televisão brasileira são: artigos de perfumaria e

beleza, bancos, bebidas, sapatos, produtos de limpeza, financiamento, empréstimos, remédios e indústria automotiva.

2.2. Os programas televisivos

Programações são conjuntos de programas que são transmitidos em determinados horários pelas redes de televisão. Geralmente os programas constroem a imagem da emissora. Para Souza (2004, p. 54), programação é o conjunto de programas transmitidos por uma rede de televisão. O principal elemento da programação é o horário de transmissão de cada programa. Um dos conceitos criados pelas redes é chamado de *horizontalidade de programação*.

Segundo Souza, programação horizontal é a estratégia que as emissoras utilizam para delimitar um horário para determinados gêneros que passam todos os dias, assim as emissoras criam no telespectador o hábito fixo de assistir todos os dias os mesmos programas, que passam no horário estipulados pela emissora.

Os programas se moldam a partir das necessidades do mercado publicitário, assim os programas tornam-se produtos divididos em categorias que abrangem diversos gêneros. As emissoras elaboram sua programação por meio da grade horária. O funcionamento da TV brasileira está ligado à lucratividade, desde sua produção até as estratégias de programação.

Atualmente, as emissoras comerciais baseam-se nos dados de audiência para decidir a programação de um gênero em determinado horário. O principal fornecedor dessas informações é O Ibope (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), que trabalha com pesquisa de mercado. O Ibope estima o número de aparelhos de TV ligados em um canal no mesmo horário. Além da audiência, fatores históricos, sociais culturais da emissora também influenciam na estratégia de programação. (SOUZA, 2004, p. 55-56)

Os programas da televisão brasileira classificam-se em cinco categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros.

A categoria entretenimento divide-se nos gêneros: auditório, colunismo social, culinário, desenho animado, docudrama, esportivo, filme, game show (competição), humorístico, infantil, interativo, musical, novela, quiz show (perguntas e respostas),

reality show (TV realidade), revista, série, série brasileira, sitcom (comédia de situações), talk show, teledramaturgia (ficção), variedades, western (faroeste).

A categoria informação divide-se nos seguintes gêneros: debate, documentário, entrevista, e telejornal.

O gênero da categoria educação é o educativo instrutivo. A maioria desses programas passa nas emissoras educativas, com finalidade de instruir, e é destinado a várias faixas etárias.

A categoria publicidade tem os seguintes gêneros: chamada de patrocínio, filme comercial, político, sorteio, telecompra. Já a categoria “outros” abrange os gêneros: especial, evento, religioso.

2.3. Televisão como formadora de identidades

A televisão é um veículo de comunicação presente em praticamente todos os lares das famílias do país, transmitindo signos que reproduzem sentidos. Desde quando a televisão passou a ser uma realidade para a maioria das pessoas, as crianças crescem tendo contato com as programações – filmes, desenhos animados, seriados. De forma intencional, toda a programação televisiva é produzida levando em consideração a faixa etária de seus telespectadores – mas não só isso. Toda programação é previamente pensada tendo por base os perfis das pessoas que assistem, e isso, de certa forma, influencia na formação de identidades.

De acordo com Stuart Hall (2005), no final do século XX estar ocorrendo um fenômeno que vem alterando as relações do indivíduo com o que acontece externa e internamente a ele: a “descentração” do sujeito. Segundo Hall, o conceito de identidade que atualmente vigora é a do sujeito pós-moderno: descentrado. No século XXI, o indivíduo assume múltiplas identidades ao longo de sua vida: “O sujeito assume identidades que não são unificadas ao redor de uma ‘eu’ coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas” (HALL, 2005, p.13).

No caso da televisão, e em geral os veículos midiáticos, em nosso mundo cada vez mais globalizado, ela assume forte interferência nas formações e nos comportamentos dos sujeitos. O consumo das programações cedidas pela televisão se constitui num viés por onde o sujeito constrói a si mesmo (ENNE, 2006). Mas

essa construção não ocorre de forma “pacífica”, uma vez que os sujeitos vivem emergidos em um mar de signos que geram sentidos, representações. Por isso, a formação das identidades é sempre conflituosa, como nos elucida Stuart Hall:

Quanto mais a vida se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares, e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalizante interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. (HALL, 2005, p.75)

Entendo que a contribuição mais relevante de Hall para meu estudo, ou seja, para compreender a recepção do seriado *Malhação* pelos adolescentes de Mulungu, está em pensar a identidade pós-moderna como uma “celebração móvel”, pois a identidade do sujeito se encontra constantemente transformado a medida que somos interpelados pelos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2005). Sendo assim, o seriado *Malhação* reproduz várias formas identitárias as quais os adolescentes procuram seguir a partir de suas realidades e identidades pré-estabelecidas, construídas a partir de seu convívio social. Na verdade, o seriado *malhação* constrói várias representações de adolescentes (modelos), tendo como intuito atingir um maior público possível.

3. MALHAÇÃO E O PÚBLICO ADOLESCENTE DE MULUNGU-PB

3.1. Malhação e suas formas de endereçamento

Os modos de endereçamento podem ser definidos como um evento, uma posição física estabelecida além do produto e de seu receptor, formada entre o texto do filme/programa e a experiência e o lugar de vida do espectador, um lugar social (COUTINHO, 2009, p.1). Intencional ou não, os programas televisivos são elaborados para serem recepcionados por determinados públicos. Ao emitir uma mensagem, o seu produtor irá fazer uma imagem mental ou “real” de quem deva ser o receptor, endereçando-a para este público específico (BITTENCOURT, 2007, p.50)

Para Coutinho (2009), ao elaborar os programas televisivos, diretores, produtores e roteiristas, espelham, com mais ou menos consciência, um público específico que desejam atingir, calcando a escolha das histórias, estética, representações, criando uma estrutura narrativa que nos parece natural, mas que traça endereçamentos.

Malhação produz endereçamentos focados no público que deseja atingir. Este público são os jovens (principalmente adolescentes e pré-adolescentes) e por isso os temas que ela aborda são os que envolvem tal público.

O jovem busca um sentido para a vida que lhe escapa pelas mãos, que é efêmero, que concorre e é superado, que é posto de lado e substituído sem pudores por novas diretrizes de mercado: novas modas, novos lançamentos, novos comportamentos, novos ritmos, novas linguagens. A busca do amor verdadeiro, o consumo de bens simbólicos e materiais e o culto à beleza e ao corpo perfeito são a verdadeira tônica do programa. Apesar da inserção de temáticas sócio-educativas (AIDS, gravidez na adolescência, álcool no trânsito), da abordagem de temas relacionados à passagem da adolescência à idade adulta (vestibular, primeiro emprego, saída da casa dos pais), elas não são o fio condutor das tramas principais. Essas temáticas compõem o cenário social do programa, conferem verossimilhança às histórias, representam o mundo daqui de fora com relativa fidelidade, ao menos a parte dele que interessa ser retratada. Mas tudo isso é apenas pano de fundo para a história de amor que envolve os protagonistas. O jovem de Malhação vive em um

mundo particular, alheio ao que se passa fora dele (COUTINHO, s/d, p. 11-12). Sendo assim:

Malhação contribui para fixar papéis de juventude a partir de seus modos de endereçamento, que podem interpelar os espectadores como espelho, sonho ou consolo. Os modos de endereçamento podem ser a ratificação do modelo que o jovem deve seguir (espelho), podem ser motivadores e estar na representação do que o jovem gostaria de ser (sonho/objetivo) ou podem ainda representar a materialização do que o jovem gostaria de ser, mas não pode alcançar e se satisfaz com o consumo simbólico (consolo). (COUTINHO, 2009, p. 14)

Os temas abordados no seriado *Malhação* também não são de propósito. Quando o programa trata de uma questão, por exemplo, a gravidez na adolescência, a intenção é fazer com que milhares de mulheres – que vão ser, são ou foram mães adolescentes – se sensibilizem e venham a assistir ao seriado, pois se identificam com tal representação. Do mesmo modo pode-se citar outros temas, como a violência, a homossexualidade, as drogas, entre outros. Tudo são formas de endereçamento levado a cabo pelos produtores do seriado, para cativar o maior público possível.

3.2. Perfil dos adolescentes de Mulungu

A cidade de Mulungu localiza-se no agreste paraibano, e conta com 9.629 habitantes, distribuídos numa área territorial de 192 km². Este ano a cidade completa 53 anos de emancipação. Os setores econômicos que geram renda na cidade de Mulungu são a agricultura e a produção de cerâmicas.

Os adolescentes entrevistados não trabalham. São dependentes economicamente dos pais e, em sua maioria, os pais destes trabalham fora, enquanto as mães são donas de casa. Cada família tem no mínimo quatro pessoas e a que mais possui integrantes na família tem nove pessoas. Nenhum adolescente possui pais separados.

A renda familiar de seus pais gira em torno de um salário mínimo, apenas duas famílias dos entrevistados tem a renda menor que um salário mínimo. No conjunto, os pais dos adolescentes apresentam baixo nível de escolaridade, uns são analfabetos, outros possuem apenas o fundamental incompleto, e apenas os pais de quatro jovens possuem o ensino médio completo. Todos os entrevistados estudam

nos turnos diurnos e noturnos, no Colégio Municipal Epaminondas Torres de Aquino e no colégio Estadual de Ensino Fundamental e Médio Major Antonio de Aquino.

Eles escolhem o horário de seus estudos, pois há o ensino fundamental nos dois turnos na cidade de mulungu, mas alguns desses adolescentes (cinco deles para ser mais exata, sendo três meninas e dois meninos) estudam a noite porque os pais trabalham e eles ficam responsáveis pela casa.

Sete dos adolescentes entrevistados moram na cidade (cinco meninas e dois meninos), e seis moram nos sítios: Poço de Pau (duas meninas), Poço de Pedra (um menino e uma menina) e Gravatá (dois meninos).

Neste trabalho cito as entrevistas que fiz com sete meninas (que tinham 13, 14, 15, e 16 anos), e cinco meninos (com idades de 14, 15 e 17 anos). Os adolescentes entrevistados cursam a 5ª série (três adolescentes), 6ª série (dois adolescentes), 8ª série (quatro adolescentes), e 9ª série (três adolescentes). Todos os adolescentes nunca foram reprovados, no entanto, alguns já começaram a estudar tarde e já deveriam estar no ensino médio, que é o caso dos adolescentes que tem 16 e 17 anos (eles começaram a estudar tarde por opção dos pais que preferiam que eles fossem estudar quando já estivessem mais espertos). Ambos sempre passam de série anualmente; as meninas têm melhores notas que os meninos. Elas dizem que são mais esforçadas para estudar, pois para elas tirar notas altas é um grande feito; já eles afirmam que o importante é passar não importa se com nota dez ou sete, o que vale é ser aprovado.

Os adolescentes entrevistados têm a pele de cor parda (duas meninas e um menino), negra (uma menina e um menino), e de cor branca (quatro meninas e três meninos).

Na cidade de mulungu não há cinema, nem teatro. O meio mais utilizado por eles para distrair-se é assistir televisão. Eles assistem TV na maioria de seu tempo livre. Gostam de programas como novelas, desenhos, filmes e de entretenimento. Outro meio deles se informarem é ouvindo rádio. Nenhum deles possui acesso à internet em casa, e quando precisam acessar vão às *lan houses* – na cidade de mulungu onde existem três. Todos os adolescentes entrevistados frequentam as *lan houses* no mínimo três vezes por semana.

3.3. Como os adolescentes de Mulungu recebem o seriado Malhação

Como já mencionei anteriormente, foram entrevistados 12 adolescentes da cidade de Mulungu-Pb, de faixa etária entre treze e dezessete anos, mas primo por selecionar apenas as respostas que mais se destacaram. O intuito dessas entrevistas foi tentar perceber como o seriado malhação influencia nas atitudes e ações dos adolescentes desta cidade. Para preservar a identidade dos adolescentes e manter o sigilo de suas respostas os mesmos serão identificados apenas pela letra inicial de seus nomes.

O questionário foi elaborado contendo nove perguntas, sendo todas diretas e em linguagem simples, para que os entrevistados as respondessem sem muitas dificuldades. Assim, o questionário estava composto por tais questões:

- 1) Você gosta de assistir televisão? Para você, qual a importância que a televisão tem?
- 2) Com que frequência você assiste malhação?
- 3) Tem algum motivo especial para você assistir malhação?
- 4) Com quantos anos você começou assistir a esse programa?
- 5) Qual o assunto você gosta que seja abordado no programa? Por quê?
- 6) O que você aprendeu assistindo malhação?
- 7) Você se inspira no comportamento dos personagens no seu dia-a-dia? Se sim, em que você os imita?
- 8) Você acha que esse programa trás informações úteis para sua vida? Por quê?
- 9) Você teria algum comentário sobre malhação?

Vale ressaltar que os jovens de hoje vivem um momento histórico no qual a tensão local e global se manifesta de maneira contundente. Nunca houve tanta integração e, ao mesmo tempo, nunca foram tão profundos os sentimentos de desconexão. “Entretanto, ser adolescente em um mundo dominado pela mídia, especialmente a mídia televisiva, tornou-se um marco desta geração. (GONÇALVES; PORTES, 2008, p. 3).

A adolescência é uma das etapas do desenvolvimento humano caracterizada por alterações físicas, psíquicas e sociais, que recebem interpretações e significados diferentes dependendo da época e da cultura na qual está inserida. A ambivalência

da adolescência, fase que se encontra na transição entre a vida infantil e a adulta, é comumente descrita como difícil tanto para os jovens como para quem convive com eles. Momento peculiar que está ligado às transformações globais que ocorrem no indivíduo e que tornam este nível etário complexo para ele e para os outros. Na tentativa de afirmar-se o adolescente mapeia semelhanças, diferenças, novos modos de ser e de pensar, incorpora representações sociais que a mídia manipula, ampliando seu repertório de possibilidades na construção da imagem de si mesmo (GONÇALVES; PORTES, 2008, p. 7).

Assim compreendo que a adolescência também é uma experiência definida culturalmente enquanto os próprios adolescentes vão se construindo em meio a uma sociedade diversa e cada vez mais marcada pela cultura da mídia.

É importante destacar o papel que a mídia desempenha na cultura contemporânea e salientar que, quando se fala em mídia, o primeiro veículo de comunicação a que se faz referência é a televisão; vive-se hoje em uma sociedade que se supõe a mais livre de todas. As imagens, sons e histórias que passam por elas transformam-se em um mundo familiar e, por isso, se pode dizer que a televisão é o principal meio responsável pelo “estar com a mídia” (MENEZES, 2006, p. 10).

Então, o hábito de assistir TV pela população brasileira, particularmente pelos jovens, constitui na apropriação de uma prática incentivada e estimuladas por grandes grupos, visando a criação de saberes, atitudes, costumes (mesmo que temporários em função do mercado), a serem praticados naturalmente. (GONÇALVES; PORTES, 2008, p. 13)

A maioria dos adolescentes entrevistados assiste TV regularmente, assim como foi exposto nas respostas dos adolescentes entrevistados. Com relação à questão 01, as respostas de quatro adolescentes foram muito parecidas. Eles afirmaram que assistem TV todos os dias e demonstraram o quanto ela está presente na vida deles. O adolescente R, menino, 15 anos, diz: “

Ah! TV eu vejo direto assim eu teja em casa e mãe não me regule, porque mãe é parada dura se vacilar não assisto nenhum programa legal, gosto de mais de ver TV não sei o que faria se não pudesse assistir ela todo dia. A TV é importante porque nela aprendo muito, é muita informação pra gente assim como eu adolescente eu gosto de ver e seguir os estilos dos caras da TV eles são show

Na fala deste adolescente ele demonstra que a TV está presente na vida dele, pois ele passa boa parte de seu tempo assistindo as programações e, apesar da mãe tentar impedir ele de ficar em frente à televisão, percebe-se que ela não consegue tal feito, e ele termina assistindo o que, na concepção dele, é importante para o seu dia-a-dia.

Já a adolescente T. P., menina, 16 anos, afirma:

Vejo televisão direto eu tando em casa é direto, mais meus pais não gostam muito quando fico em frente a televisão o dia todo. Eles são chatos por não deixarem fazer o que eu quero. Estamos no século XXI, eles tem que entender que o tempo muda. A televisão é importante porque eu sou muito ligada à moda.

Esta adolescente não compreende o posicionamento de seus pais em relação ao tempo que ela passa em frente à TV, e para ela, no momento em que eles tentam a disciplinar, eles passam a ser antiquados, de outro século, já que o moderno é vê TV. A TV com sua ampla programação passa a ser sinônimo de moderno, independente do conteúdo que esta veicula.

Para o adolescente J., menino, 17 anos:

Televisão é sagrada pra mim assisto todo dia, pai quem reclama por eu tá viciado desse jeito, mas quando eles saem pra trabalhar corro e ligo logo. Eu gosto muito de tá informado e a televisão é muito informativa. A televisão é importante porque ensina muita coisa diferente pra mim todo dia, com ela agente fica ligado no mundo.

Com o depoimento desse adolescente percebo que os pais tentam regular o horário de ele assistir TV, mas os pais não passam o dia todo em casa, ele fica sozinho e tem que arrumar uma distração para passar seu tempo livre, e o meio pelo qual ele tenta se distrair é assistindo TV.

A adolescente T.C., menina, 15 anos diz: “Assisto todo dia para ver os cultos, já que não tenho tempo de ir direto a assembleia, vejo na TV, a TV é importante porque ela me deixa mais próxima da minha religião”. No depoimento desta jovem ela em momento nenhum diz que seus pais a impedem de assistir TV, já que é para assistir cultos religiosos, que é uma forma dela preservar a sua religiosidade.

Pensando na adolescência contemporânea, pode-se dizer que o público que mais tempo passa em “companhia” da mídia é o jovem, e o que é divulgado nos veículos, hoje, se torna tema comum de comunicação, principalmente, entre eles.

Conviver com a mídia é uma das principais coisas que os jovens fazem em seu dia-a-dia, conferindo a ela um lugar de destaque em suas vidas.

Enquanto a maioria dos pais passa o dia fora de casa, trabalhando, crianças e adolescentes passam em casa a maior parte do tempo praticamente sozinhos, em companhia dos mais variados tipos de publicações da televisão, da informática e da eletrônica. Essa configuração das famílias brasileiras é um dos sintomas da chamada era globalizada, vivida de forma intensa por uma sociedade que é incitada, a todo o momento, ao consumo ávido de produtos e ideais e a um individualismo quase crônico (MENEGAZ, 2006, p. 12). Todavia, os adolescentes de Mulungu, entrevistados, mesmo não estando privados do dia-a-dia com os pais – notadamente as mães – assistem televisão com bastante frequência, mesmo a contraposto dos seus responsáveis.

Em relação à questão dois, quase todos afirmaram que assistem regularmente malhação, exceto uma adolescente:

Assisto todo dia (Adolescentes: T. P., menina, 16 anos; R, menino, 15 anos; E, menino, 14 anos; V. M., menina, 14 anos);

Assisto quase sempre, porque eu estudo a tarde e às vezes as aulas duram muito tempo, mas quando chego cedo assisto com certeza (Adolescentes: D, menino, 17 anos; L, menina, 13 anos; J, menino, 17 anos; A, menino, 14 anos);

Assisto todo dia exceto nas sextas, porque eu e minhas amigas vamos ao salão de beleza, pra fazer as unhas e ajeitar o cabelo (adolescentes: V. E., menina, 14 anos; I, menina, 15 anos; M, menina, 14 anos);

Não assisto malhação, só assisto mais na televisão os cultos evangélicos (adolescente T. C., menina, 15 anos).

Já em relação às questões três e quatro as respostas também foram parecidas. Há um “rótulo” no seriado malhação que o coloca como “a novela dos adolescentes”, e estes assimilaram isso.

Tá né Hosana, tu ainda pergunta porque eu assisto malhação? Ta na cara a resposta é porque ela é a novela dos boyzinhos, dos adolescentes é uma novela voltada pra gente. Gosto muito dos assuntos que passam nela eu me identifico com os temas porque são temas que acontecem com agente às vezes, eu sigo os estilos deles pra ta na moda da galera. Assisto malhação desde sempre não lembro o tempo certo. (adolescente T. P., menina, 16 anos)

No depoimento acima, a adolescente T. P., naturaliza o fato de assistir Malhação chegando a descredenciar a pergunta já que a resposta é óbvia; como se o programa fizesse parte de uma agenda “natural” dos jovens. Ela justifica sua resposta pois, Malhação, é o seriado dos *boyzinhos*, dos adolescentes. Este vínculo com a “Malhação programa de jovens”, feito para jovens, tal como construído pelos entrevistados, se reforça na medida em o seriado aborda temas comuns no dia a dia dos jovens.

O adolescente D., menino, 17 anos fala:

Eu assisto porque todo mundo diz que é novela de jovens e jovens modernos assim como eu. Eu sou bem moderno igual aqueles meninos da novela, sou mente aberta, não ligo muito para os padrões de antigamente. Eles são um exemplo da realidade, entendeu?! Assisti desde criança, eu sempre assisti malhação” (grifo meu).

Ele em seu depoimento deixa claro que ele por si só não foi capaz de identificar Malhação como o programa dos “jovens”; ele foi influenciado pelo conceito dos outros, e certamente pelo programa que assiste desde muito “criancinha”.

Já há bastante tempo que o seriado Malhação atrai o público de todas as idades e classes sociais, tem espaço garantido em grande parte dos lares brasileiros ao finalzinho da tarde:

Malhação é o programa teen mais expressivo da mídia brasileira (e mesmo entre a programação “estrangeira” oferecida nos canais a cabo). O programa abordam assuntos que interessam aos adolescentes – embora, de acordo com a direção do seriado, Malhação fale sobre adolescentes e não para adolescentes – e atrai com sucesso seu público-alvo. (MENEGAZ, 2006, p.38)

Malhação “adolescentizou” o horário das 17h, que durante muito tempo ficou perdido entre a sessão da tarde e a novela das seis sem uma programação bem definida ou um público específico. Uma tentativa anterior de atrair os jovens para a faixa horária foi feita com a exibição de *Radical chic*, um programa de *games* que viabilizava uma disputa sobre conhecimentos gerais entre alunos de escolas do país. A produção, no entanto, ficou pouco tempo no ar, não atingindo o público alvo conforme esperado. Já Malhação, que tinha previsão de permanecer no ar por três

anos, superou as expectativas e foi evoluindo ao longo do tempo. “Do formato original, restou apenas o nome; a abertura e a música tema do programa também foram alteradas [ou atualizadas], buscando uma maior identificação do público com a produção”. (MENEZES, 2006, p.39-40, grifo meu).

Em relação à questão cinco, os assuntos que eles mais gostam que sejam abordados em *Malhação* são temas relacionados à moda, relacionamento, comportamento, gíria e sexo.

Eu não tenho coragem de dizer isso a todo mundo não, mas tu mulher ainda é da juventude igual a nós, eu gosto quando falam de sexo, eles são cabeça fria quando falam disso, gosto quando falam da primeira vez, porque para eles isso é um assunto normal, e os pais deles apoiam já os meus se eu fosse falar disso pra eles eu levava era um tabefe nas fuças, meus pais não são modernos eles são do tempo das cavernas.(Adolescente L, menina, 13 anos)

No depoimento da adolescente L, ela demonstra como é difícil falar de sexo. Ao ser entrevistada ela mudou o tom da voz, falou mais baixo, ficou mais tímida, demonstrou que para ela também não é um assunto tão dialogado em seu dia-a-dia.

Nos depoimentos das jovens abaixo, uma de 13 e outra de 14 anos, percebe-se a forma de como elas ainda imaginam que a vida é um conto de fadas aonde o amor supera todos os obstáculos e o bem sempre vence o mal, elas idealizam um amor perfeito, na fala delas percebi um ar romântico e inocente.

Eu gosto das histórias de romance, dos amores que vencem todos os obstáculos e ficam juntos no final, de um amor que é lindo eu acho encantador esses assuntos, eu até me emociono quando é o final que termina os casais todos juntos e felizes, é muito bom. (Adolescente V. E, menina, 14 anos)

O que eu mais gosto que seja passado na *Malhação* é a história de amor, e também do bem e do mal, o comportamento dos bonzinhos é muito legal, também adoro quando os malvados se dão mal, é a melhor parte que acho, porque eu acho que os malvados tem que se lascarem mesmo, não deveria ter gente tão ruim daquele jeito. (Adolescente I, menina, 13 anos)

Para o adolescente R, seguir as gírias e imitar os atores vai inseri-lo nos padrões de modernidade; ele molda sua personalidade para agradar os colegas, para pertencer e não ser excluído de um grupo que, para ele, é o mais moderno. Assim diz:

Eu gosto de observar os gírias, as novas manias dos jovens, o que tá na atualidade porque é em malhação que sempre passa assuntos de jovens que querem tá na modernidade, gosto de me atualizar com Malhação, porque se não eu ia ficar por fora das informações da juventude, e não ia ter colegas modernos. (Adolescente R, menino, 15 anos)

Em qualquer fase da vida os seres humanos sofrem pressões e influências do mundo em que vivem; com os adolescentes não é diferente. A adolescência, sendo uma fase fundamental na construção da personalidade das pessoas, costuma ser proposta por toda uma tradição sob preceitos e preconceitos, ora positivos, ora negativos. Ninguém escapa hoje dos efeitos dos meios de comunicação de massa, vive-se num mundo das imagens, das realidades virtuais, das personagens e personalidades inventadas, das verdades momentâneas e do real definido como representado. (GONÇALVES; PORTES, 2008, p. 4)

Ao perguntar se eles aprenderam alguma coisa assistindo Malhação, se seguem as ações dos personagens, a maioria respondeu que aprendem muito, e que se inspiram nos personagens para agir, falar, vestirem-se; os adolescentes assimilam no dia-a-dia deles os comportamentos e ações de determinados personagens. Sobre a questão seis e sete eles responderam:

Ah, eu aprendo a paquerar, olho lá como é a forma de beijar, de abraçar, os tipos de carinho que eles fazem e imito o jeito, tá eles são profissionais nisso e eu imito pra fazer bonito com as gatinhas, eu faço sucesso imitando os pegadores da TV, mais eu aprendi as maruagens deles, eu imito muito o jeito de ser dos caras. (Adolescente E, menino, 14 anos)

Eu acho massa é a pegação, eu aprendo os jeitinhos de chegar nas garotas, procuro me vestir igual a eles, eu os imito só nas roupas mesmos eles passam a realidade do jovem atual. (Adolescente A, menino, 14 anos)

Nos depoimentos desses dois jovens, ambos de 14 anos, percebe-se como eles estão interessados apenas nas formas de paqueras; eles tentam trazer para sua realidade tais mecanismos de conquistas. O que percebi é que eles, por serem muito novos, não têm experiência e por isso buscam se inspirar nos personagens, pensando eles que a ficção da TV vai se tornar uma realidade na vida deles. E assim vão se construindo.

Já a adolescente T. P., menina, 16 anos, tenta se enquadrar no padrão de beleza das personagens, ela se considera mais bonita que suas amigas (estas são consideradas fora do padrão de beleza por serem gordinhas) por ser alta, magra, de cabelo liso, e por está imitando os cortes de cabelo da moda atual, por ter um *piercing*. Ela, na euforia de seu depoimento, deixa transparecer que está mais moderna que suas colegas. A jovem T. P. diz:

Eu sigo a moda das meninas, elas sempre tão lindas, se vestem perfeitamente e os cortes de cabelo delas? São tudo, é a cara da riqueza, sou muito fã dos estilos delas, eu inspirada nelas coloquei até um *piercing* no umbigo minha amigas morreram de inveja porque eu to seguindo o padrão da atualidade da novela e elas não, já pintei meu cabelo de vermelho, de loiro assim passe na novela que eu vou lá e mudo o visual, porque toda temporada de malhação é uma moda diferente, aí eu tenho que acompanhar as mudanças né?! (Adolescente T. P., menina, 16 anos)

Já o depoimento do jovem J, citado abaixo, deixou-me a impressão de que o mesmo absorvia do seriado *Malhação*, constituindo experiências de seu dia-a-dia. O que ele cita como aprendizado diz respeito a sua própria vida social, já que o mesmo é negro e pobre, e tem medo de sofrer discriminação por tais características, e de não ser tratado como igual diante dos demais colegas. O jovem afirma:

Eu aprendi que não deve ter discriminação entre cor e classes sociais, porque sempre alguém rico namora com um pobre, um negro namora um branco, sigo sim os estilos dos estudiosos que vão pra escola pra se preparar pro vestibular e passar, não gosto dos personagens malandros não acho muito sem noção. Eu sigo o estilo só dos que dão bom exemplo, exemplo de igualdade. (Adolescente J, menino, 17 anos)

Os jovens constroem suas representações nos seus grupos sociais, através dos diálogos, dos modelos e ideias veiculadas pelos meios de comunicação. Assim, ideias e imagens vão sendo aceitas, naturalizadas, embora sejam apenas representações. Sendo produzidas nas relações sociais, as representações ancoram-se nas crenças, discursos e valores advindos da família, da mídia e da própria escola. A mídia, em especial a mídia televisiva, como espaço de circulação de imagens e de representações sociais, propaga ideias, imagens e discursos que são assimilados pelos adolescentes. Sujeitos a diferentes modos de ser, de viver, de representações sociais, de modelos, vêem-se perdidos, assumindo uma plástica, uma imagem fugida que não externa para além dela nenhuma inquietação. Neste

contexto, de intensas e variadas informações, os jovens apreendem estas concepções, estes conhecimentos, mesclando singularidades e universalidades, interferindo e normatizando a formação e identificação dos mesmos (GONÇALVES; PORTES, 2008, p. 4).

É visível nas respostas dos adolescentes como os mesmos moldam as influências da mídia para formarem sua identidade; seguem os padrões representados pelos personagens, indicando suas identidades “descentradas”. A busca de uma identidade é um dos problemas que os jovens frequentemente encaram como um caminho para se estabelecerem como indivíduos. Nesta configuração, os jovens em fase de crescimento físico, emocional e adaptação psico-social, tornam-se consumidores das imagens, das idéias, dos discursos propagados via mídia e incorporam dessas representações sociais que se agregam ao seu cotidiano, se abarcam dessa intensa influência midiática, sem muita criticidade (GONÇALVES; PORTES, 2008, p.7).

Os adolescentes afirmam que aprendem muito assistindo malhação porque é um exemplo do dia-a-dia da juventude, que os deixam informados do mundo deles e conectados com a galera jovem.

A adolescente V. M., menina, 16 anos, diz:

Claro que malhação trás informações úteis, tá ela fala de muitos assuntos importantes como aborto, drogas, bebida, porque quem tem um bêbado em casa sabe como é ruim entre outras coisas mais, ela ensina que tudo isso é errado e que não podemos cair nessas loucuras, já aprendi isso tudo (grifo meu).

Esta jovem tem um irmão alcoólatra então, querendo ou não, ela logo assimila no seriado Malhação aquilo que está mais próximo dela. Então o que ela vai considerar importante é o que convém a ela naquele momento.

O adolescente R, menino, 15 anos também tem problemas na família pelo vício do álcool, ele diz: “Malhação ensina muito temas importantes pra nossa vida é violência sexual, drogas mostra como o vício do álcool acaba com a vida da pessoa e ensina que não devemos deixar esse mal entrar na nossa vida”.

Já a adolescente T. P., menina, 16 anos, fala:

Em malhação passa sim informações úteis eu aprendo muito sobre moda, adoro moda né mais também não é só sobre moda que eu

aprendo muito, porque tem temas variados né, é gravidez na adolescência que é uma coisa que acontece todo dia em toda família, maltrato com os filhos, entre muitos outros, tudo isso acontece no nosso meio e agente vendo em malhação já tem uma noção de como agir se isso acontecer com agente (grifo meu).

Esta jovem possui na família caso de primas que estão grávidas com idade entre 13 e 15 anos, por isso ela enfatiza a questão da gravidez na adolescência porque ela vivencia isto em sua família.

Os jovens também aprendem em malhação os temas que estão na mídia atual e também mostram as causas e prevenções de doenças.

Apreno muito, agora tá mostrando os perigos de conhecer alguém pela internet que tem que ter cuidado porque pode ser um bandido querendo dá um golpe na pessoa existe gente que gosta de se aproveitar da bondade das pessoas e que não podemos cair nessas armações é preciso tomar cuidado com esses manés, malhação tá ensinando isso agora. (Adolescente I, menina, 15 anos)

Malhação me ensinou o que era transtorno bipolar, que AIDS não se contamina em abraçar, beijar entre outros assuntos importantes que passa nela. (Adolescente J, menino, 17 anos)

Pode-se dizer que a tela brilhante atrai, principalmente, os jovens, que são os telespectadores talvez mais expostos ao seu poder, levando-os a buscar novas formas de obter prazer, seja através de produtos oferecidos nos programas ou de atitudes vinculadas a personagens com os quais se identificam, dos quais absorvem comportamentos representados (MENEGAZ, 2006, p.32).

Ao perguntar se eles teriam algum comentário a fazer sobre malhação responderam que sim porque malhação tá no dia-a-dia deles e queriam comentar sobre a novela:

Malhação não tem que acabar nunca é muito massa, se terminar vai acabar a única novela dos jovens, malhação continue assim com todo o gás. (Adolescente J, menino, 17 anos)

Malhação devia abordar mais assunto sobre prevenção de gravidez porque isso é muito frequente isso no nosso dia-a-dia. (Adolescente I, menina, 15 anos)

Malhação não é pra mudar nada, tá bom assim sempre tem temas novos, novos estilos nunca para num tema só. (Adolescente E, menino, 14 anos)

O único comentário que eu poderia fazer é que gosto muito do jeito dessa novela, eu me sinto importante achando que ela é uma novela voltada pros jovens assim como eu. (Adolescente M, menina, 14 anos)

Malhação exerce, assim como os demais programas televisivos, influência no público receptor. Os entrevistados procuram se inspirar principalmente em assuntos que estejam inseridos em seu convívio familiar, tentando buscar respostas para tais questões.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

De modo geral, o seriado malhação trabalha com uma perspectiva de juventude de classe média alta, principalmente de uma comunidade paulista ou carioca, sendo que esta representação quase sempre trabalha a imagem de uma elite social. Mais isso não significa que o endereçamento central seja nesse grupo social. Na verdade, o programa Malhação forja um modelo de juventude que inspira a maioria dos adolescentes que o assistem. Com isso, o programa garante a audiência do público adolescente, que se identifica com a “imagem de si” representada. Já os que o seriado Malhação não se endereça, fica o projeto de uma imagem a ser constituída, atingida.

Mas os adolescentes de Mulungu não são apenas meros consumidores do “produto” Malhação. Certeau (1998) nos informa que há uma ação produtora implícita dos consumidores enquanto consomem os produtos. Portanto, a relação produtor-consumidor não constitui uma ação unilateral, em que o produtor (que possui o poder) impõe um produto ao consumidor (homem ordinário). É preciso levar em consideração o que consomem, e os usos e táticas dos consumidores, assim como salienta Certeau:

Na realidade, diante de uma produção racionalizada, expansionista, centralizada, espetacular e barulhenta, posta-se uma produção de tipo totalmente diverso, qualificada como “consumo”, que tem como característica suas astúcias, seu esfacelamento em conformidade com as ocasiões, suas “piratarías”, sua clandestinidade, seu murmúrio incansável, em suma, uma quase-invisibilidade, pois ela quase não se faz notar por produtos próprios (onde teria seu lugar?) mas por uma arte de utilizar aqueles que lhe são impostos. (CERTEAU, 1998, p.94).

Sendo assim, percebi na fala dos adolescentes que uns usavam as representações assistidas para um fim próprio, seja para ficar “ligados” nas novidades, nas modas, nas gírias, ou para aperfeiçoar as práticas de “paqueras”, ou até mesmo para tentarem buscar respostas para questões familiares que eles vivenciam diariamente, ou ainda situações próximas a eles. O que os entrevistados buscam mais nesse seriado é um tema que possa ajudá-lo a superar as dificuldades do seu dia-a-dia, eles imaginam que a ficção pode ajudar na realidade da vida deles.

Portanto, percebo com este estudo que os adolescentes de Mulungu absorvem os significados transmitidos pelo seriado Malhação e os ressignificam ao seu favor, às suas pretensões, às suas realidades cotidianas.

REFERÊNCIAS

ALBERTI, Verena. **Textos em história oral**. Rio de Janeiro: Editora FVG, 2004.

BITTENCOURT, Zoraia Aguiar. **A aquisição da leitura e da escrita e a recepção de textos televisivos**: um diálogo entre práticas culturais. 2007. 137 f. Dissertação (Mestrado) – curso de pós-graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

CARDOSO, Ciro Flamarion; BRIGNOLI, Hector Perez. **Os métodos da história**. Trad.: João Maia. 6 ed. Rio de Janeiro: Graal, 2002.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1, Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guarareira Lopes Louro. 11 ed. Rio de Janeiro: DP & A Editora, 2005.

CHARTIER, Roger. **A história ou a leitura do tempo**. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

COUTINHO, Lúcia Miranda. **A Telenovela Malhação e seus Modos de Endereçamento**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2008/resumos/R10-0388-1.pdf>>. Acessado em 30/04/2012.

COUTINHO, Lúcia Miranda. **Malhação e a Representação Midiática da Juventude Brasileira**. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2479-1.pdf>> acessado em: 25/04/2012.

COUTINHO, Lúcia Miranda. **Uma representação midiática de jovem e de escola**: A telenovela Malhação e seus modos de endereçamento. 2009. 170 f. Dissertação

(Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Educação, Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

ENNE, Ana Lucia S. À perplexidade, a complexidade: a relação entre consumo e identidades nas sociedades contemporâneas. In: **Comunicação, Mídia e Consumo**. vol.3. nº.7. São Paulo: ESMP, 2006.

GONÇALVEZ, Nádia Gaiofato e PORTES, Claudia Regina Pacheco. **Adolescência inventada: a mídia como representação**. Disponível em: <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/2029-8.pdf> Acessado em: 10/04/2012.

HUGHES-WARRINGTON, Marne. **50 grandes pensadores da história**. Trad.: Beth Honorato. São Paulo: Contexto, 2002.

JUCÁ, Gisafran Nazareno Mota. **A oralidade dos velhos na polifonia urbana**. Fortaleza: Imprensa Universitária, 2003.

LE GOFF, Jacques. **A história nova**. Trad: Eduardo Brandão. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira: uma visão econômica, social e política**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

MENEGAZ, Camila Vital. **Dez anos de malhação: e como fica a adolescência?**. 2006. 181 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Psicologia Social e Institucional, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

NOVAIS, Fernando A. et al. **História da vida privada no Brasil: contraste da intimidade contemporânea**. São Paulo: Companhia Das Letras, 1998.

NUNES, C. **O passado sempre presente**. Série questões da nossa época. 4 vol. São Paulo: Cortez, 1992.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **História e história cultural**. ed. 2. Belo Horizonte: Autêntica, 2005.

REIS, José Carlos. **A história entre a filosofia e a ciência**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

_____. **Escola dos annales**: a inovação em história. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

_____. **História e teoria**: historicismo, modernidade, temporalidade e verdade. 2 ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

THOMPSON, P. **A voz do passado**: história oral. Trad.: Lólio Lourenço de Oliveira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.