



Representações Juvenis da Pobreza¹

Marco Antonio NEVES JUNIOR²

Lírian SIFUENTES³

Karina DACOL⁴

Letícia de LA RUE⁵

Laura WOTTRICH⁶

Luciana ROSA⁷

Gabrielli DALA⁸

Veneza RONSINI⁹

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

Resumo

O objetivo deste trabalho de recepção é pesquisar os embates e complementaridades entre as representações televisivas e a conformação do imaginário dos jovens acerca das divisões de classe. Utilizamos como metodologia para este estudo a combinação da etnografia com o estudo de caso. Como resultados parciais, apontamos que a telenovela oferece subsídios para o imaginário da superação de problemas sociais através de atributos pessoais como competência pessoal, retratados igualmente pelos melodramas assistidos pelos entrevistados. A força da telenovela é reforçada pela falta de consciência dos entrevistados de que seu poder está relacionado à reprodução do sistema, que naturaliza a televisão como instância de legitimação de discursos, que são apropriados para a construção de visões de mundo, valores e subjetividades.

Palavras-chave: juventude; representações; televisão.

¹ Trabalho apresentado no GT – Mediações e Interfaces Comunicacionais, do Iníciacom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Acadêmico do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UFSM, bolsista PIBIC – CNPq, e-mail: marconeves_rp@yahoo.com.br.

³ Mestranda do Programa de Pós-Graduação de Comunicação Midiática da UFSM, e-mail: lisifuentes@yahoo.com.br.

⁴ Acadêmica do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, e-mail: karinaurora@yahoo.com.br.

⁵ Acadêmica do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, e-mail: leticia_rue@yahoo.com.br.

⁶ Acadêmica do 7º semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET/ SESu/MEC), e-mail: lwottrich@gmail.com.

⁷ Acadêmica do 3º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da UFSM, e-mail: meninamorenaster@gmail.com.

⁸ Acadêmica do 3º semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM, e-mail: gabi_dala@hotmail.com.

⁹ Orientadora do trabalho. Doutora em Sociologia, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM, pesquisadora do CNPq e líder do grupo de pesquisa *Mídia, recepção e consumo cultural*, do qual todos os co-autores fazem parte, e-mail: roma5@terra.com.br.



1. Introdução

Nosso problema de pesquisa é responder à questão assim formulada: qual é o papel do imaginário televisivo na elaboração de representações acerca da pobreza e na conseqüente classificação dos atores juvenis mediante os signos de distinção exibidos socialmente (no âmbito dos valores, comportamento e aparência)? O que se quer investigar é a experiência pessoal diante da valorização social do dinheiro e da aparência que desqualifica os que não se enquadram na estilização exigida pela sociedade do consumo. Se os receptores irão se identificar com as histórias, fatos e relatos que legitimem sua experiência, devemos também indagar sobre o que a deslegitima, oculta e reprime.

Nosso intuito é esclarecer a função da telenovela na legitimação da composição de classes e compreender em que nível este gênero televisivo se articula com os modos de concepção da estrutura social, tanto no que diz respeito ao questionamento da ordem como na adoção das idéias dominantes. Na pesquisa, a pobreza é entendida como exclusão social que conota inúmeras facetas para além da destituição da renda, tais como irrelevância na sociedade, fraca identidade, caráter discriminatório, etc. Concomitantemente à formação de uma identidade negativa de si, a exclusão pode significar também a impossibilidade de alçar-se à condição de sujeito capaz de comandar seu destino (Demo, 2003, p. 12 e p. 36).

Para esta investigação, nos amparamos nos resultados das pesquisas de recepção da televisão com jovens e crianças levantados por Orozco Gómez (1996a) no México e Peru. No estudo, o autor ressalta a importância do estudo do intercâmbio entre televisão, família e escola para a compreensão do papel da mídia na socialização e, ainda, a classe como categoria explicativa para os usos da mensagem televisiva no cotidiano. Todos os trabalhos analisados por ele apontam para a incapacidade de generalização e do entendimento da interação entre tevê, crianças e jovens sem a relativização das conclusões em função do pertencimento de classe, da idade ou do sexo (Orozco, 1996a).

Metodologicamente, o projeto é a combinação da etnografia com o estudo de caso. A etnografia crítica do consumo cultural é o conhecimento construído pela descrição do contexto de apropriação dos meios de comunicação que determina o sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação de massa.



Na pesquisa de campo, os dois métodos são usados concomitantemente, pois consideramos que dessa forma podemos tornar mais completa nossa compreensão da recepção televisiva pelos jovens. Até o momento, realizamos entrevistas individuais em profundidade, aplicamos formulários para a complementação de dados das entrevistas, e desenvolvemos o estudo etnográfico nas escolas Manuel Ribas e Edna May por meio de conversas com pais, professores e alunos e participações em eventos escolares.

Nesses eventos, é comum perceber a importância que os meios audiovisuais e mídias impressas recebem quando existe o objetivo de dinamizar as atividades pedagógicas e chamar a atenção dos alunos, visto a proximidade que os jovens possuem com esses meios. Isso foi percebido, por exemplo, em atividades de recriação de obras literárias indicadas ao vestibular. As histórias eram recontadas através de teatro, da produção de jornal, da montagem de painéis com fotos e legendas com linguagem de quadrinhos e da criação de músicas.

Na releitura, os alunos usam seus próprios nomes para nomear personagens, modificam o fim da história e a trajetória de seus personagens, transformam os gêneros (drama em tragicomédia), propõem a interação entre o leitor e a obra com os modelos retirados da televisão, no estilo do programa “Você Decide” ou mesmo telenovelas que fazem pesquisa de audiência. Os trabalhos foram realizados por alunos dos segundos e terceiros anos de Ensino Médio, junto com professores da 8ª Coordenadoria de Educação e da Associação Amigos da Biblioteca Pública. A atividade pedagógica é realizada há muitos anos e, neste ano, teve apoio da Coordenadoria e da Secretaria Municipal de Cultura através do projeto Baú do Livro, cujo objetivo é melhorar o desempenho em literatura dos alunos de escolas públicas, propiciando o contato com a literatura brasileira. Um baú de livros comprados com a verba do projeto permanece quinze dias em cada escola.

Neste esquema metodológico, a epistemologia configuracional de Elias e a categoria de *habitus*, de Bourdieu, completam a busca pela explicação das formas de interação entre indivíduo, grupo e classe. No exame do papel da televisão como fonte de representações que estruturam as relações sociais, o *habitus* de classe - ou, em nosso entendimento, a forma individual de incorporação das normas sociais disponíveis pela classe e pelas relações de classe - é a mediação estrutural que perpassa as mediações institucionais da família e da escola.

O modelo das mediações múltiplas proposto por Orozco (1996) é tomado como parâmetro para operacionalizar a pesquisa empírica. Propomos as categorias de



mediação que seguem: mediação estrutural (classe), mediações institucionais (escola e família) e a mediação de fluxo televisual e de gênero ficcional.

A classificação dos 20 entrevistados de classe popular foi feita mediante a metodologia da estratificação sócio-ocupacional, na qual a família é classificada a partir do membro melhor situado, seja ele chefe de família ou não. Os grupos ocupacionais resultantes são agregados por Quadros e Antunes (2001) em quatro camadas: alta (proprietários e alta classe média); média (média classe média e proprietários de pequeno negócio urbano); média baixa (baixa classe média, operários e trabalhadores autônomos); e baixa (camada inferior de operários, assalariados populares e trabalhadores autônomos, empregados domésticos, não ocupados e ocupados com o autoconsumo).

2. Mediações do fluxo televisual e da telenovela

2.1. Consumo de programas

De maneira geral, as novelas da Rede Globo são as preferidas dos entrevistados, sendo também as mais assistidas e comentadas por eles. Malhação e a novela das oito são as mais citadas. Duas novelas da Rede Record e uma novela do SBT também foram citadas.

Dentre os programas que os estudantes assistem com seus pais estão telejornais, telenovelas e programas de auditório nos fins-de-semana. No que se refere à criticidade dos pais, notamos o baixo índice de pais que fazem algum tipo de comentário sobre o que a mídia televisiva transmite a seus filhos. Dos 20 entrevistados, apenas três afirmaram que seus pais fazem algum tipo de crítica aos programas que os jovens assistem. Os demais enxergam a televisão puramente como entretenimento, não se importando com o teor das informações absorvidas pelos filhos durante a audiência da televisão, deixando de lado críticas e sugestões. Como exemplo, citamos um entrevistado que, quando questionado sobre o que seus pais comentam dos aspectos que não apreciam dos programas de televisão, respondeu: “Escutam mais calados”, retratando a falta de um diálogo construtivo entre pais e filhos.

A pesquisa nos revelou que, apesar dos entrevistados declararem não serem influenciados pela TV, todos responderam que ela, em algum momento, foi mediadora decisiva de sonhos, projetos ou em tomadas de decisões. O sonho da casa bonita ou da ascensão social de forma geral é frequentemente relacionada pelos jovens com aquilo



que assistem nas telenovelas, um dos dados que confirma nossas hipóteses sobre o poder da televisão.

2.2.Representações construídas através da TV

A conclusão de Souza (1999) sobre a construção do popular em 25 telenovelas do horário nobre da Rede Globo, exibidas nas décadas de 1980 e 1990, é que o gênero tende a enfatizar a ascensão social dos personagens de classes populares, seja pelo trabalho ou pelo casamento com membros de classes privilegiadas, mesmo que não estejam ausentes as iniciativas de autores consagrados que apontam para a denúncia da reprodução social. Durante as entrevistas, as respostas dos jovens nos levaram a concluir que esses percebem a pobreza como consequência natural da incapacidade pessoal, o que inclui a falta de inteligência ou de esforço.

A partir das respostas dos entrevistados constatamos que os jovens humildes não se identificam como tal, pois ao se compararem com o que assistem na TV, constatam que pobres são aqueles que estão na absoluta precariedade material. Podemos supor que os entrevistados de origem humilde evitam qualquer forma de identificação com os “pobres” em função de uma representação midiática negativa nos telejornais: contraventores da lei, “favelados”, desempregados ou pessoas que dependem de assistência governamental ou da ajuda dos ricos. Sobre a apropriação da telenovela, eles concentram sua atenção na trajetória dos pobres que vencem pelo trabalho ou estudo e não se identificam com personagens humildes que “falam errado”, “se vestem mal” ou são “humilhados pelos patrões”. Ao mesmo tempo, entendem que as condições materiais dos pobres não são realistas (“as novelas não falam o que os pobres realmente passam”).

Como resultado da recepção das imagens negativas da pobreza, os entrevistados de classe popular (baixa e média baixa) se autodenominam de classe média, posto que refletem sobre sua condição social a partir dos signos do consumo: através deles conseguem se distanciar do pobre mal-vestido, retendo a esperança de superar as adversidades impostas pela estrutura social que pode ser aferida pela inserção destes jovens no campo cultural.

Quando questionamos sobre as representações dos pobres nos telejornais, todos mencionaram que aparecem nas filas de atendimento em hospitais e ambulatórios, 15 disseram que aparecem nas matérias relacionadas às favelas e 12 disseram que no



telejornal os pobres aparecem em casebres. Quanto à função que os pobres exercem, 16 jovens disseram que no telejornal os pobres são marginais, dez afirmaram que os pobres aparecem como prisioneiros e 16 dos entrevistados dizem que os pobres aparecem também como trabalhadores. A aparência dos pobres no telejornal não é boa, segundo todos os entrevistados. A maioria se refere à expressão de cansaço, à sujeira de suas roupas e à pronúncia errada das palavras.

Em termos gerais, o poder da TV para os jovens é o poder de não ser reconhecido como tal, visto que a maioria dos entrevistados não tem consciência da relação da mídia com a reprodução do sistema. Em termos específicos, as representações da pobreza ou são absolutamente negativas (no telejornal, por exemplo) ou, no caso da telenovela, se dissimulam as reais diferenças de classe e, concomitantemente, se promove à ascensão do pobre na hierarquia, de modo a promover no receptor o desejo de mudança para uma condição melhor.

3. Família e Escola

Os estudantes entrevistados têm entre 15 e 18 anos, são solteiros e freqüentam o Ensino Médio em escolas públicas de Santa Maria. Apenas seis deles trabalham ou já trabalharam fora alguma vez. A maioria dos jovens mora em bairros periféricos e poucos em bairros mistos, que apresentam certa infra-estrutura. Metade dos jovens tem pais separados. Dos pais dos entrevistados, cinco são motoristas e quatro são autônomos. Nove mães são donas-de-casa. Os demais exercem profissões variadas como: pedreiro, vendedor, vigilante, bombeiro e chapeador.

Em relação a bens materiais, 17 entrevistados moram em imóveis próprios. Todos os jovens possuem televisão e rádio em casa. Dezesete deles têm aparelho de CD, 14 possuem aparelho de DVD e 11 têm telefone fixo. Dez jovens têm computador, sendo que desses, oito tem acesso à internet em casa. Sete entrevistados assinam jornais da cidade, seis têm videocassete e quatro possuem TV por assinatura.

Observamos também que a família continua sendo o principal pilar para esses jovens. Quando questionados sobre os valores transmitidos pela família, as respostas foram heterogêneas, mas todas referiam-se à educação e ao comportamento. Os ensinamentos mais mencionados foram: o respeito, a honestidade e o estudo. Isso nos leva a supor que os valores ensinados pela família são fortes, especialmente durante a infância. No entanto, como já foi mencionado, a família se exclui da educação perante a televisão, talvez supondo que não é necessária a intervenção dos pais perante um meio



de comunicação que pode ser considerado inofensivo e que não faz mais do que entreter.

Na observação dos grupos nas escolas e nas entrevistas realizadas, o que se destacou foi a estilização da aparência. Vale dizer que há uma tentativa de homogeneização no vestuário e acessórios dentro de um mesmo grupo. Embora muitos estudantes demonstrem preconceito com a forma de agir e vestir de grupos com que não convivem, há uma negação da intolerância na escola, visto que os entrevistados consideram que este seja um problema que ocorre somente fora do espaço escolar.

A importância do grupo de amigos é amplamente conhecida na fase juvenil, período de “transição de uma identificação com a família para uma identidade mais ou menos individual” (Elias e Scotson, 2000, p.185) e cresce ainda mais em meio ao desestímulo que é manifesto em relação à escola como lugar de aquisição de conhecimentos, sendo encarada apenas como uma obrigação que eles cumprem para ter o diploma, considerado importante em função da crise econômica (Ronsini, Weber, 2004), assim como outros estudos comprovam que a maioria das crianças vai à escola apenas para cumprir uma exigência social (Guimarães, 1999).

Quando questionamos os entrevistados sobre os motivos do desinteresse pela escola e o pouco tempo dedicado ao estudo, constatamos que a maioria não aprova a metodologia de ensino, taxando a escola como cansativa. Isso nos fez refletir sobre os avanços tecnológicos das últimas décadas, em especial da última, largamente maiores que os avanços obtidos na metodologia de ensino das escolas, o que as tornou defasadas perante seu atual público, tornando-se pouco atrativa e pouco competitiva com o que os estudantes têm na mídia e outras formas de entretenimento. Isso vem ao encontro de nosso pressuposto quando notamos que cada vez mais a mídia propõe um padrão de comportamento aos jovens.

4. Considerações finais

Observamos que a fórmula pela qual a televisão apresenta sua ideologia aos jovens parece surtir efeitos, uma vez que os entrevistados consideram seu conteúdo mais atrativo que o da escola. Além disso, em momento algum os pais discordam do conteúdo transmitido a seus filhos. A falta de diálogo entre pais e filhos acarreta na ação da televisão em discernir o certo do errado, o bom do ruim, para jovens que ainda estão em formação. O descrédito na sociedade também reforça o poder da mídia. Isso



nos leva a crer que a televisão tem um papel fundamental no estilo de vida e na formação desses jovens.

Apesar de esses estudantes criticarem a repetida fórmula da ascensão social pelo casamento, a qual julgam irreal, a apresentação diária do sonho de ser melhor, de se tornar algo melhor, da casa bonita, das roupas alinhadas e da beleza dos atores/atrizes é o ideal a ser atingido por qualquer um. Uma conquista que, segundo o que é reproduzido na telenovela, dependerá da competência pessoal e do esforço de cada um. A novela é esse alimento diário de construção da dignidade das pessoas mais simples que rompe com o discurso telejornalístico costumeiro, que associa pobreza e indignidade. Essa lógica garante a crença no sistema social: é a pretensão dos excluídos que contribui para sustentar a distinção e a distinção dos dominantes que inspira a busca da conformidade (Bourdieu, 2004).

Os mais pobres costumam esconder sua condição não revelando a profissão dos pais e, quando as roupas "denunciam" a condição social, os colegas pedem aos professores para que o aluno receba doações em roupas e sapatos. A auto-estima dos humildes (a maioria dos entrevistados) parece depender da existência daqueles que, de fato, são considerados "pobres", de acordo com a representação dominante mais negativa: contraventores da lei, pessoas que dependem de assistência governamental ou da ajuda dos ricos, "favelados", desempregados. De modo geral, a tendência é ocultar qualquer forma de carência material ou, ao admiti-la, encará-la como condição passageira a ser superada pelo sucesso na carreira profissional, usualmente pela via da educação formal. Até aqui, observa-se nas entrevistas realizadas que a pobreza ou a carência é percebida como um fracasso pessoal (familiar).

A ideologia do desempenho torna opaca a condição na qual vive a maioria, morando em pequenas e modestas residências na periferia da cidade. Por outro lado, observamos acerca do telejornal, outro programa assistido pelos entrevistados e suas famílias, que a maioria concorda que a aparição dos pobres nos telejornais é negativa (prisioneiros, criminosos, favelados) e que esse segmento da população poderia ser representado pela figura digna do trabalhador.

Se as imagens se tornam "mais reais que a realidade", já que a vida na tela diminui o charme da vida vivida, e estabelecem os padrões da realidade e da sua avaliação (Baumann, 2001, p. 99) é porque a mediação das tecnologias audiovisuais passa a ser uma referência sedutora e com pouquíssimos concorrentes. Ainda mais, o colapso da confiança em uma sociedade melhor - devido ao fato de que, no ponto de



vista dos jovens, se a pobreza atinge a maioria das famílias, não há projeto político que possa combatê-la - é profundamente desmobilizador e letárgico para qualquer pensamento questionador e apto a propor iniciativas de ação coletiva.



5. Referências bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BOURDIEU, Pierre. *Questões de sociologia*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.
- _____. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- DEMO, Pedro. *A pobreza da pobreza*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- ELIAS, Norbert e SCOTSON, John. *Os estabelecidos e os outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- FREIRE FILHO, João. Poder de compra: pós-feminismo e consumismo nas páginas da revista Capricho. In: MÉDOLA, Ana Sílvia L. D.; ARAUJO, Denize C.; BRUNO, Fernanda. *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007, p. 113-140.
- GUIMARÃES, Glaucia. *Tv e escola: discursos em confronto*. São Paulo: Cortez, 2002.
- LOPES, M. Immacolata V. de; BORELLI, Silvia H. S; RESENDE, Vera da R. *Vivendo com a telenovela*. São Paulo: Summus, 2002.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Televisión y educación: lo enseñado, lo aprendido y lo otro. In: OROZCO GÓMEZ, Guillermo (coord.). *Miradas latinoamericanas a la television*. México (DF), 1996, p.143-172.
- _____. *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. La Plata (Argentina): Universidad Nacional de la Plata; Jalisco (México): IMDEC, 1996.
- QUADROS, Waldir J. de, ANTUNES, Davi J. N. Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. *Cadernos do CESIT*, n. 30, out. 2001. Disponível em <<http://www.eco.unicamp.br/publicacoes.html>>. Acesso em 14 jul. 2004.
- RONSINI, Veneza M. *O consumo da cultura: mídia, estilos juvenis e classes sociais*. Relatório de pesquisa. Santa Maria (RS), 2005.
- _____. *Entre a capela e a caixa de abelhas (identidade cultural de gringos e gaúchos)*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004
- SOUZA, Jessé. *Representação do popular e campo da telenovela: um close em Benedito Ruy Barbosa*. 1999. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Pontifícia Universidade Católica/SP, São Paulo.
- _____. *A construção social da subcidadania. Para uma sociologia política da modernidade periférica*. Belo Horizonte: UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2003.
- WEBER, Andréa; RONSINI, Veneza. Consumo midiático e a mediação da escola na formação das identidades juvenis. In: *XIX Jornada Acadêmica Integrada*, 2004. Santa Maria: UFSM, 2004.