



Universidade de Brasília
Faculdade de Educação

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, JUVENTUDES E INDÚSTRIA CULTURAL

Simone Borges Nascimento

Brasília, Fevereiro/2017

Simone Borges Nascimento

**REPRESENTAÇÕES SOCIAIS,
JUVENTUDES E INDÚSTRIA
CULTURAL**

Monografia apresentada ao curso de
Pedagogia da Universidade de Brasília,
como requisito parcial à obtenção do grau
de licenciado, sob a orientação da
professora Dra. Maria Zélia Borba Rocha.

Brasília, 2017

DEDICATÓRIA

À Deus, quem conduziu os meus passos nesta direção.

À minha mãe, que desde os primeiros anos escolares colocou-se sempre como suporte para meu desenvolvimento e realização de sonhos, esta é quem segura comigo todas as peças da vida.

Ao meu pai Pedro Tadeu; meu primo-irmão Marcos e minha Madrinha-mãe Dalva que não puderam celebrar em vida este momento de vitória e superação. Por torcerem por mim, por terem celebrado comigo tantas alegrias e por terem verdadeiramente desejado o meu sucesso.

À Zélia, orientadora e amiga, por não perder a fé em seus alunos, mesmo quando tudo pareceu perdido.

AGRADECIMENTOS

A Nosso Senhor Jesus Cristo e a Santíssima Virgem Maria, luzes presentes e influentes em minha vida, por conduzirem os meus passos, pela amizade, pela sabedoria e discernimento. A minha mãe, por todas as vezes que respondeu com um “vai estudar” em muitas das vezes em que eu perguntava se ela precisava de ajuda na arrumação da casa. As minhas sobrinhas Sarah Raquel e Maria Eduarda que ficaram muitas horas privadas da atenção desta tia cheia de textos para ler. Agradeço minhas irmãs Silmara e Silvana, por estarem sempre para o que der e vier, e por serem minhas mãos, pernas, braços, fortaleza e bolsos quando os meus falham. Agradecimentos especiais aos amigos Marina Vieira, Giulieny Matos, Gláucia Magalhães, Laís Guedes, Marcelo Emanuel, Davi Felix, Leidiane Parente, Viviane Moraes, Maxwell Viana e Renata Gomide por me motivarem a chegar ao final deste ciclo. A Maria Cecília por ser voz de Deus em minha vida e por me ajudar a organizar meus tempos e prioridades. Meus agradecimentos também aos meus companheiros de pesquisa: Gork por toda riqueza cultural que você trouxe de Guiné-Bissau para nós. Nathália, por seu exemplo de comprometimento e excelência. Tayane, por sua personalidade, doçura e eloquência com que enriqueceu nossos trabalhos. Alessandra, por ser a mãezona do grupo, por apaziguar os ânimos e nos manter unidos, por me ajudar a não sentir culpa por minhas limitações me fazendo perceber que todos temos uma ou duas para enumerar. Cristianne por sua meiguice e dedicação silenciosa, pela sua amizade e companhia. Letícia por sua tranquilidade e praticidade; Neth por todos os seus esforços de assessorar a nossa equipe, por alimentar minha base de dados e por torcer por nós. Aline por toda sabedoria e inspiração criativa, por suas colaborações profundas e por seu companheirismo, por toda arte que existe e brota de você. Cíntia por sua garra e determinação, por seus pontos de vista e reflexões. Roberto, Ellen, Juliana, Taian e demais membros que ingressaram neste grupo de pesquisa nos semestres seguintes, obrigada por todas as colaborações e pela breve convivência. Por fim agradeço a Maria Zélia Borba Rocha, pelo excelente trabalho de orientação, por realmente ensinar, por extrair o melhor de seus orientandos, por todos os conselhos, diagnósticos, análises, reflexões com que enriqueceu este trabalho, minha vida acadêmica, meu desenvolvimento profissional e pessoal. Por me ajudar a fechar este ciclo, muito obrigada. Agradeço a Nôga Ribeiro e William Alves, que por meio do projeto de Imagem Popular desenvolvido em Taguatinga-DF e Riacho Fundo II-DF, foram

portadores da pílula vermelha que abriu os meus olhos para as armadilhas dos discursos-verdades construídos pelas produções audiovisuais e a fragilidade das informações apresentadas por meio destas janelas comunicativas. E por fim agradeço aos diferentes deste mundo, àqueles que não cabem nas caixinhas sociais, aos que não se pode atribuir rótulos e aos incompreendidos, vocês fazem a diferença neste mundo deveras esquisito, eu também “prefiro ser esta metamorfose ambulante”. Obrigada por existirem.

SUMÁRIO

I – Memorial _____	5
II – Representações Sociais, Juventude e Indústria Cultural _____	6
1. Introdução _____	6
2. Percursos Técnicos – Metodológicos _____	9
3. Representações Sociais: Conceito e objetivos _____	14
3.1 Os Elementos Constitutivos _____	17
As imagens da Juventude _____	26
4. Indústria Cultural: Uma vilã? _____	31
5.1 A indústria cultural e sua influência na construção e reconstrução de Representações Sociais. _____	31
5. Juventude e televisão _____	39
6.1 O jovem exposto aos conteúdos da indústria cultural _____	41
6. Referências _____	43
7. Apontamentos Finais _____	47
8. Referências _____	49
III – Projeção de Futuro _____	52

I - MEMORIAL

O ganho do autor ao rememorar a própria história está na experiência de tocar no próprio crescimento. Sou Simone Borges Nascimento, Borges pela raiz portuguesa de minha mãe, Nascimento pela africanidade do meu pai. Apesar da especificidade deste memorial hospedar a trajetória educacional, e por acreditar que o processo educacional acontece a todo tempo desde o momento que se é concebido, aqui e ali escorregarão das minhas memórias algumas colocações sem conexão direta com o processo educacional institucionalizado, contudo tentarei ao máximo manter esta espinha dorsal ateniense. Quando entrei na faculdade, eu já sabia que em minha trajetória acadêmica seria conduzida pelas minhas experiências fora dela. Ingressei neste grupo já ciente do meu objeto de pesquisa: a indústria cultural e sua relação com a escola, eu não conhecia os métodos, mas foi isto que pretendi com esta graduação: levar os conteúdos audiovisuais para dentro da sala de aula como recurso de reflexão. O que presenciei durante a minha experiência durante e depois da Oficina de Imagem Popular foi como um cair de escamas que envolvia minhas percepções sobre o mundo e sobre as informações que se apresentavam por meio dos audiovisuais (televisão e cinema). Além dos aprendizados enquanto cineclubista e ativista de movimentos sociais relacionados à democratização da produção audiovisual, que me ajudaram a chegar à conclusão de que a escola utiliza-se deste material muito mais como apoio a assimilação de matéria dada, que como objeto de reflexão. Disciplinas como introdução à sociologia, à filosofia, disciplinas relacionadas ao movimento negro e outros movimentos sociais e culturais, antropologia e história da educação brasileira são algumas das disciplinas que compõem grande parte do meu histórico acadêmico nos primeiros semestres do curso até quase o seu término, apenas depois de já ter estudado toda a bibliografia pesada deste grupo de pesquisa, e depois de elaborar meu projeto e desenvolver as atividades de pesquisa, foi que dediquei tempo para as disciplinas voltadas a prática escolar: didática, ensinos de história, geografia etc, necessárias para a conclusão do curso. Com este trabalho fecho um ciclo e satisfaço um desejo do meu coração, e que antecede ao meu ingresso na graduação: fomentar a reflexão.

II – REPRESENTAÇÕES SOCIAIS, JUVENTUDES E INDÚSTRIA CULTURAL

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho é parte da pesquisa *Representações Sociais, Juventude e Gestão Escolar* (Rejuges), concebida e coordenada pela prof. Dra. Maria Zélia Borba Rocha. Compreende diversos temas, entre os quais a representação social da juventude sobre os conteúdos da indústria cultural veiculados na televisão. Apresenta, nesta primeira parte, os conceitos de Representação Social, Juventude e Indústria cultural, coadunados com os objetivos do grupo de pesquisa:

A proposta de investigação deste grupo de pesquisa possibilita o cruzamento da Sociologia com as áreas de política, cultura e educação. Analisar a representação da juventude referente à gestão da sociedade, das instituições escolares, e dos variados aspectos do fenômeno educacional é o cerne do projeto a ser capturado em suas múltiplas facetas. (ROCHA, 2008).

Configurado ao modelo guarda-chuva, este projeto permite aos seus integrantes maior autonomia quanto à escolha do tema, mas tendo o arcabouço teórico, a metodologia de pesquisa e as técnicas de investigação como pontos comuns. As variáveis trabalhadas no projeto de pesquisa em sua primeira fase foram: política, identidade cultural, docentes, gestão escolar, violência escolar, estágio curricular, projeto político-pedagógico e o objeto maior desse trabalho, a indústria cultural. Neste, a hipótese de que o jovem é modelado pelos conteúdos culturais aos quais tem acesso na sociedade norteará o estudo da representação social da juventude na indústria cultural.

Serge Moscovici introduz sua obra *Representações Sociais – Investigação em psicologia social* com o texto “O poder das ideias”, de Gerard Duveen, para o qual as representações sociais circulam, inter cruzam e se cristalizam continuamente, através de palavras e gestos perpassado em todo o mundo cotidiano (DUVEEN apud MOSCOVICI, 2007). Além disso, considerando o pensamento de Moscovici (2007), a indústria cultural tem em grande parte participação na construção do pensamento e imaginário dos indivíduos. O que o jovem estudante de escola pública do Distrito Federal pensa sobre os conteúdos da indústria cultural, o que consome por meio da televisão e se ele se percebe influenciado ou, ao menos, reconhece o papel manipulador e/ou formador de opinião que existe por detrás de uma produção audiovisual, é o ponto central de investigação desta pesquisa.

Na publicação *Retratos da juventude brasileira*, organizada por Abramo e Branco (2008), Maria José Carneiro apresenta, em um artigo, o perfil comportamental dos jovens rurais e urbanos por meio da pesquisa de opinião realizada em 2003 pela parceria dos Institutos Cidadania e de Hospitalidade com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Esta pesquisa revela que tanto os jovens do campo como os da cidade, nos finais de semana, assistem televisão ou ajudam nos serviços domésticos: 48% jogam futebol, apesar de apenas 2% citar esta atividade como uma das que gostariam de fazer no tempo livre, 60% declararam ler ou assistir noticiários sobre política. A leitura de livros não foi citada na pesquisa. Com base no exposto, é possível supor que o audiovisual veiculado nas emissoras televisivas pode ser uma das maiores fontes de influência sobre a juventude hoje: esta é a hipótese norteadora desta investigação. As representações expostas em filmes e telenovelas podem criar na mente dos jovens uma ilusão de real, quando na verdade é um recorte – às vezes exagerado, chegando à caricatura –, um ponto de vista e um argumento particular ou de um grupo específico. Do vasto campo explorado pela indústria cultural, considerar-se-á para os fins desta pesquisa apenas os veiculados na televisão, tais como novelas, filmes e noticiários.

A escolha desse tema foi motivada a partir da minha experiência com as oficinas de imagem, em 2005, no projeto acadêmico *Oficina de Imagem Popular: A formação do olhar e a formação de novos sujeitos de fala*, da cineasta Nôga Ribeiro. Estas oficinas foram realizadas em Riacho Fundo II e Taguatinga, e tinham como proposta a democratização da produção de conteúdos audiovisuais, além de motivar a utilização deste aprendizado para a construção de espaços de fala até então restrito a grandes empresas ou pessoas com alto poder aquisitivo. Profissionais da área de cinema, tais como diretores de cinema, fotógrafos, figurinistas e roteiristas ensinavam aos jovens participantes sobre a produção em si, paralelo a reflexões sobre intencionalidades e pontos de vistas em cada filme, reportagem ou documentário. No exercício das análises de discursos, as percepções sobre aquilo que se assiste foram transformadas. Este projeto inseriu-me no debate crítico acerca dos conteúdos mostrados e vivenciados por meio de filmes e de documentários, bem como toda em outras formas de comunicação audiovisual. A minha participação e inserção neste universo evoluiu para atuações em organizações não governamentais (ONG) como educadora e colaboradora em projetos de formação audiovisual. Esta experiência revelou-me empiricamente que as produções audiovisuais podem seguir “objetivos bem definidos, fins a serem alcançados, hábitos comportamentais a serem modificados e hábitos intelectuais a serem conservados” (ALMEIDA, 2004, p.14).

Outro motivador para a elaboração deste trabalho foi a constatação de que dentro do espaço escolar tal aspecto do produto audiovisual não é trabalhado, e nem mesmo levado em

consideração no processo educacional do aluno. Nas escolas, o espaço dado ao audiovisual comporta apenas uma função técnica, como suporte de aula e não como objeto de análise e reflexão. Refiro-me a produtos audiovisuais como criações humanas frutos de um processo reflexivo coletivo. A falta de um olhar crítico que observe a intencionalidade da produção audiovisual que manipula opiniões, transforma ou conserva pensamentos, movimentando assim o curso da sociedade. As representações coletivas são o resultado da cooperação que se estende não apenas no espaço, mas também no tempo, através de uma grande rede de imaginários que se associaram, misturaram, combinaram em concepções e sentimentos, “longas séries de gerações acumularam aí a sua experiência e seu saber. (...) mais rica e mais complexa que a do indivíduo” (DURKHEIM, 2008, p. 45). E a indústria cultural, no seu afã de produzir e comercializar realidades embaladas em pacotes para o entretenimento, acaba por alcançar um grande número de pessoas, transformando pensamentos, introduzindo ideias, reforçando ou descartando costumes, acelerando processos de transformações civilizatórias, o que acaba por gerar uma sociedade reificada e alienada. Diante disto, cabe ao espaço escolar repensar o lugar dado às produções audiovisuais que, longe de meros ilustradores para conteúdo do currículo educacional, podem e devem constituir objeto da reflexão.

A produção deste trabalho contempla o aprofundamento dos conceitos de representação social, indústria cultural e juventude passando a análise dos dados coletados na pesquisa. Concluo este trabalho com a noção de que uma das formas eficazes de minimizar o efeito alienador que os conteúdos da indústria cultural, sobretudo os veiculados na televisão de canal aberto a que a juventude tem maior acesso, é a reflexão orientada dentro de sala de aula.

2. PERCURSOS TÉCNICO-METODOLÓGICOS

O aprendizado exige humildade, tal como o oceano que, por colocar-se abaixo de todos os rios para receber deles todas as águas, torna-se profundo. Para Viegas (2007), o pesquisador que deseja ser levado a sério terá de fincar os pés em terreno verificável e argumentativo. Somente desta forma, confirmadas ou rejeitadas, suas suposições merecerão crédito. É imprescindível também o esforço de se esquivar de suas ideologias e pré-noções, de suas percepções extra-sensoriais e intuições subjetivas cultivadas ao longo de uma vida sem os estratagemas científico-acadêmicos. Muitos livros de metodologia abordam este preparo enveredando pela prática, sem o esclarecimento de termos e conceitos necessários, dando margem a erros ou mesmo fazendo com que o pesquisador fique a vagar pela subjetividade.

No entanto, nem sempre essa subjetividade é condenável, principalmente se levarmos em conta as ciências humanas. A busca pelo conhecimento científico também exige uma grande dose de curiosidade, de envolvimento com o tema. É o combustível necessário para manter o investigador horas a fio mergulhado em leituras, anotações e fichamentos. (VIEGAS, 2007).

É necessário ainda o diálogo da teoria com as vivências que instigam buscas, que dão o tom ao tema e à sua importância social. Minhas dificuldades trafegam por este terreno: relacionar minhas experiências com o audiovisual e seus conteúdos com o que já está ratificado nos livros. Na obra *Em busca do tempo perdido*, de Marcel Proust, o narrador estava à procura da verdade; desejava, sem poder experimentar a realidade, ver as coisas, tocá-las. E as fazia por meio dos livros que lia. Seus pais não autorizavam sua ida ao teatro, nem aos lugares que queria estar.

Se, quando eu lia um livro, meus pais me permitissem visitar as regiões nele descritas, julgaria ter dado um passo inestimável na conquista da verdade. Pois, se temos sempre a sensação de estar cercados pela própria alma, não quer dizer que ela nos cinja como os muros de uma prisão imóvel; antes somos como que arrastados com ela em um perpétuo impulso para ultrapassá-la, para atingir o exterior... (PROUST, 2006, p. 120).

O narrador não conhecia o mundo senão por meio dos livros. Em contraponto, o que me conduziu aos livros foram os contrastes constatados numa realidade que experimento e observo fora da vida acadêmica, no meu contato corpo a corpo com este tema, nas rodas de conversas, nas oficinas e nos festivais de cinema e vídeo. Ou seja, as imagens distorcidas que encontro na realidade ante meus olhos são a mola propulsora deste trabalho acadêmico. Contudo, uma

hipótese é uma afirmação passível de verificação e pressupõe a existência de fatores que possam ser conhecidas e deduzidas logicamente. Daí a necessidade de sistematizar toda essa experiência e dela tirar interpretações embasadas em dados.

A ciência é como um culto: o caminho até ela exige certo ritual e certa pompa. Trata-se de algo solene e cerimonioso, ritualístico e formal. Um caminho de purificação. Ciência não se faz com intuição e inspiração, mas com método e pesquisa. A ciência possui seu discurso próprio: “o poeta, quando fala da borboleta, não propõe um conteúdo a ser verificado ou submetido a uma prova... Isto evidencia sua não compatibilidade com o discurso científico” (KAHLLMEYER-MERTENS, 2007, p. 67). A existência ou ausência de métodos constitui a diferença científica entre o conhecimento específico e o chamado conhecimento vulgar.

A ciência e o senso comum compartilham o desejo de responder às perguntas que a vida põe. A diferença entre um e outro é que a ciência se apoia em teorias e em métodos para investigar a ideia sob dois critérios: consistência empírica (veracidade) dadas pela observação; e generalização e coerência lógica, que dão o tom da validade do conhecimento produzido. As características do que se denomina conhecimento científico são: objetividade, racionalidade, sistematicidade, generalidade, verificação, falibilidade. A partir destas características torna-se possível distinguir entre o que é e o que não é ciência. As ciências são classificadas em formais, ou seja, de entidades ideais e suas relações, como as lógicas e raciocínios matemáticos; e em ciências empíricas: observação de fatos e processos naturais ou sociais, esquivando-se dos juízos de valor. A observação constitui importante fonte de conhecimento.

Teoria e prática são aspectos do método que orientam a pesquisa. O método é o que distingue o conhecimento científico das demais formas de conhecimento. O método possibilita a verificabilidade do fato/coisa observada. É o caminho formado por uma base lógica, que permite a verificação, e por um procedimento técnico bem elaborado, capaz de imprimir confiabilidade à pesquisa.

A metodologia desempenha pelo menos três papéis importantes: o didático, porque encaminha o pesquisador na trilha em busca do seu propósito epistemológico; o econômico, estruturando e ordenando os procedimentos, o que evita gastos desnecessários e perda de energia, sendo, portanto, um redutor de custos, e o pedagógico, levando ao princípio da ação que é a busca do conhecimento.

A adoção do método depende de vários fatores: natureza, recursos, nível de abrangência entre outros. Escolher o tipo do método é o primeiro desafio do pesquisador.

O método dedutivo parte do geral para o particular e considera somente princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis e suas conclusões são formais. Este método tem

larga aplicação em ciências como a física e a matemática sendo seu uso muito restrito nas ciências sociais. A dedução procede do princípio para a consequência, parte de uma afirmação de caráter geral. Premissas verdadeiras levam sempre a conclusões verdadeiras, porque a conclusão de certa forma já está na premissa. O método indutivo, por sua vez, parte do particular para o geral, chegando a conclusões prováveis. Karl Popper, em seu livro *A lógica da descoberta científica* (1959), defende que a ciência se desenvolve embasada em validade e refutação. Assim, “a ideia é a de que a ciência ou o conhecimento científico se desenvolve a partir da busca e da tentativa de encontrar lacunas para falsear uma teoria” (KAHLMAYER-MERTENS, 2007, p.23).

O método de pesquisa aplicado neste trabalho foi o hipotético-dedutivo. De acordo com Viegas (1999), esse método inicia-se pela adoção de um modelo, o que o faz estar entre o método dedutivo e o método indutivo. Este método necessita de hipóteses. Para verificar uma hipótese, o cientista busca na realidade uma resposta capaz de confirmar ou rejeitar suas suposições.

Adotado o método, o pesquisador inicia sua trajetória na busca deste traço que desenha um recorte da realidade vivenciada pela juventude. Neste ponto, nosso problema se coloca: qual é a representação social da juventude em relação aos conteúdos da indústria cultural que consome? Quanto ao ambiente desta pesquisa, foram escolhidas escolas públicas de ensino médio do Distrito Federal, ou seja, um ambiente formal e estruturado.

Para testar uma hipótese, o cientista busca na realidade uma resposta capaz de confirmar ou rejeitar suas suposições a partir do processo de levantamento de dados. A composição dos três ambientes (formais estruturados, informais, formais não estruturados) somados às três respostas possíveis (comportamentais, escritas, verbais) resulta em três técnicas de levantamento: no ambiente informal, tanto estímulo como resposta são assimétricos; no ambiente formal não estruturado, o pesquisador organiza elementos de estímulo e os observados não sabem que estão sendo estudados/analísados. No ambiente formal estruturado, o pesquisador organiza o próprio comportamento em função do objeto estudado e organiza respostas segundo seu estímulo. (MOREIRA, 2004).

Neste trabalho, utilizou-se como processo de levantamento de dados a aplicação de questionários mistos com perguntas abertas e fechadas, elaboradas em grupo, com especial atenção a cada questão: termos utilizados, sentido da frase e linguagem jovem; além das pretensões de cada pergunta ter sido minuciosamente pensada por todos os membros envolvidos no grupo de pesquisa Rejuges, de forma a ficarem claras, objetivas e eficazes. As questões

abertas foram incluídas no questionário pela necessidade de extrair a opinião do respondente sem obrigá-lo a enquadrar sua percepção num recorte pré-estabelecido.

Na formulação das questões é importante evitar perguntas ambíguas, capciosas, duplas, emocionais ou com linguagem muito técnica especializada. De acordo com Moreira (2004) “os valores de um instrumento sempre estarão condicionados aos valores coletados que devem ser verificados, refletidos e identificados, pois são de responsabilidade do investigador”. A investigação exige transparência, clareza e despojamento de qualquer pensamento pré-concebido. É necessário além do comprometimento, abertura às diversas possibilidades de descobertas, além de humildade diante do objeto a ser examinado.

Sabemos que a realidade é fruto de um constructo mental a partir do nosso olhar, através do qual criamos a explicação. Quem cria a realidade é o sujeito cognoscente. O nosso esforço foi o de minimizar ao máximo os gritos das verdades e realidades inscritos nas convicções de cada pesquisador, embora seja difícil olhar de fora, imparcialmente, realidades que compõem a nossa história, cultura e costumes.

Para esta pesquisa, o questionário misto com questões abertas e fechadas foi construído coletivamente e de forma que contemplasse todos os objetos de pesquisas abraçados pelo guarda-chuva do projeto de pesquisa Rejuges. Deste modo, o questionário compôs uma primeira parte com informações gerais e úteis a todos os pesquisadores, e uma segunda parte que contempla o objeto de pesquisa de cada trabalho. O espírito de equipe e comprometimento com a bibliografia estudada proporcionou a atenção necessária aos quesitos propostos pelos autores estudados.

O esforço aplicado durante a coleta de dados foi o de assegurar que o questionário fosse respondido honestamente e não recusado. Procurou-se evitar perguntas ambíguas e capciosas, com linguagem técnicas especializadas ou emocionais. Viegas (2007) ensina-nos que quando se trabalha com amostragem, não existem certezas, mas probabilidades, que podem ser medidas pelo nível de confiança e pelo erro máximo de estimativa de onde não se espera resultados precisos. O uso do questionário possibilita atingir uma amostragem maior, com garantia do anonimato, entre outras vantagens; por outro lado, não oferece garantia de que o questionário seja devidamente preenchido por completo e com sinceridade, o que pode alterar a representatividade da amostra.

O universo da pesquisa é composto por jovens com idades de 15 a 18 anos, matriculados na rede pública de Ensino Médio do Distrito Federal. Cinco regiões administrativas foram previamente escolhidas por contemplarem maior número de jovens matriculados no Ensino Médio: Ceilândia, Gama, Taguatinga, Planaltina e Santa Maria, com posterior sorteio aleatório,

totalizando onze escolas visitadas. As turmas também foram selecionadas aleatoriamente. Para a amostragem, 2000 questionários foram aplicados, dos quais 254 contemplam este trabalho. Os jovens responderam ao questionário que foi aplicado em turmas completas, permanecendo em seu ambiente cotidiano juntamente com seus colegas, levando em média vinte minutos para o preenchimento.

Somente a partir da análise dos dados organizados é possível confirmar ou rejeitar hipóteses. Para esta pesquisa, foi utilizada uma escala ordinal para as questões fechadas, e as questões abertas foram agrupadas por categoria e analisadas de forma descritiva. A descrição não utiliza adjetivos, baseia-se nas medidas de tendências: central, média, moda e mediana. Outro tipo de análise é o comparativo, centrada nas medidas de dispersão, enquanto a associação é um tipo de análise que busca medir o grau de relacionamento. Todos estes modelos de análise foram utilizados como pode ser constatado no capítulo quatro.

Além de todo procedimento e o empenho para estar atento às orientações acerca do uso de metodologias, desde seu conceito até a atenção, a confiabilidade e tamanho de amostra, pode-se contar também com os *insights*, sem, contudo, limitar-se a eles, contrapondo o que Glauber Rocha disse sobre uma câmera na mão e uma ideia na cabeça: em ciência, além disto, é necessário também muita disciplina, pois panfletagem e persuasão nem sempre circulam apoiados em conhecimento e verdade.

3. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: CONCEITO E OBJETIVO

O conceito de *representação social* foi construído nas ciências sociológicas e psicológicas. O conceito foi proposto primeiramente pelo sociólogo Émile Durkheim em seu livro *As formas elementares de vida religiosa* (2008), publicado pela primeira vez em 1912. Nesse livro, Durkheim estuda um sistema religioso primitivo a fim de compreender a natureza religiosa da sociedade de seu tempo. Foi nesse contexto que o estudioso separou as representações individuais (“aqueles [conhecimentos empíricos] que a ação direta dos objetos suscita nos nossos espíritos” (2008, p. 44)) das representações coletivas (“traduzem, antes de tudo, estados da coletividade; dependem da maneira apela qual essa é constituída e organizada...” (2008, p. 45)). As representações coletivas postuladas por Durkheim são o início da investigação das representações que se dão no seio da sociedade e influenciam uma coletividade.

Serge Moscovici (2007) apresenta uma abordagem diferente sobre representação que, conseqüentemente, traz uma outra forma de se pensar as representações sociais. Para ele, a representação é um *fenômeno*, e não um conceito, como Durkheim havia trabalhado anteriormente. Assim,

Se, no sentido clássico, as representações coletivas se constituem um instrumento explanatório e se referem a uma classe geral de idéias e crenças (ciência, mito, religião, etc.), para nós, são fenômenos que necessitam ser descritos e explicados. São fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o senso comum (MOSCOVICI, 2007, p. 49).

Em sua perspectiva, o conceito de representações sociais explica os fenômenos que ocorrem com os seres humanos a partir da perspectiva da coletividade sem menosprezar a individualidade. A argumentação deste teórico sobre os estudos das relações sociais está estruturada na perspectiva da Psicologia Social do conhecimento. Na introdução do livro de Moscovici, Gerrard Duveen afirma que “o conhecimento emerge do mundo onde as pessoas se encontram e interagem, do mundo onde os interesses humanos, necessidades e desejos encontram expressão, satisfação ou frustração” (DUVEEN apud MOSCOVICI, 2007, p.9)

Durkheim (2008) criou o conceito e Moscovici (2007) transformou-o a fim de construir uma teoria, sob a justificativa de que as representações sociais se situam numa posição mista, ou seja:

... no cruzamento entre uma série de conceitos sociológicos e uma série de conceitos psicológicos. É nessa encruzilhada que nós temos de nos situar. O caminho, certamente, pode representar algo pedante quanto a isso, mas nós não podemos ver outra maneira de libertar tal conceito de seu glorioso passado, de revitalizá-lo e de compreender sua especificidade. (DUVEEN apud MOSCOVICI, 2007, p.10).

Para o especialista em psicologia social Gerard Duveen, a pretensão de Moscovici insere-o numa corrente de pensamento que o separa dos objetivos e do arcabouço estrutural da psicologia social. Contudo, os estudos de psicologia social devem muito aos erros e acertos de seus teóricos. De qualquer forma, a rejeição aos cruzamentos teóricos entre sociologia e psicologia se configura mais como uma questão ideológica, no ímpeto de expurgar “uma ameaça de poluição à pureza da psicologia científica” (DUVEEN apud MOSCOVICI, 2007, p.12), do que uma constatação empírica.

Mas em que o trabalho de Moscovici colabora afinal? Para Duveen, a diferença substancial entre o fenômeno das representações sociais e o conceito de representação coletiva de Durkheim está justificada pelas questões levantadas por Moscovici no desenvolvimento de suas formulações. Para ele, importa como as coisas mudam na sociedade, quais os mecanismos, os movimentos, os processos sociais engendrados na vida social.

É esse interesse com a inovação e a mudança social que levou também Moscovici a ver que, da perspectiva sociopsicológica, as representações não podem ser tomadas como algo dado nem podem elas servir simplesmente como variáveis explicativas. Ao contrário, a partir dessa perspectiva, é a construção dessas representações que se torna a questão que deve ser discutida, daí sua insistência, tanto em discutir como um fenômeno o que antes era visto como um conceito, como enfatizar o caráter dinâmico das representações, contra seu caráter estático de representações coletivas da formulação de Durkheim (DUVEEN apud MOSCOVICI, 2007, p.15).

Assim, a substituição do termo “coletivo” por “social” é justificada por uma perspectiva da sociedade moderna, contrapondo o conceito inicial de Durkheim (2008), cuja argumentação baseia-se no funcionamento orgânico da sociedade, e que Moscovici (2007) considera insuficiente ou incompatível para utilizar em um estudo que se propõe a investigar o movimento das representações sociais na sociedade contemporânea.

Émile Durkheim viveu em um período de intensos acontecimentos políticos e estruturais. Tendo sido um sociólogo que dialoga com o seu tempo, trouxe para a trajetória intelectual suas inquietações e reflexões sobre o tema da moral. Sobre isso, Ortiz (2008) afirma que “ao tratar

as representações religiosas como constitutivas da sociedade, Durkheim tem que se afastar da ideia de que a religião seria simples ilusão” (ORTIZ, 2008, p.13).

Durkheim (2008) defende que as representações não são criadas por um indivíduo isoladamente; uma vez criadas, contudo, elas adquirem vida própria, circulam, encontram-se, atraem-se, repelem-se e dão oportunidade ao nascimento de novas representações, enquanto velhas representações morrem. Quando Durkheim (2008) se deu conta do papel da religião na construção da sociedade, debruçou-se sobre os fenômenos religiosos: objeto central de suas análises a partir de então. Esta é a fase madura de sua trajetória intelectual. O estudioso enxergou na religião o embrião das consciências coletivas e do fato moral e sua ordenação. Segundo ele, “a religião é percebida, portanto, como princípio constitutivo da ‘família antiga’, seu elemento ordenador” (DURKHEIM, 2008, p. 8).

A ciência não substitui a crença, mas a supera. Supera, mas não é capaz de dar liga à sociedade. A crença é o cimento que conecta os tendões da sociedade e a move. A perenidade da religião sustenta-se sob a força moral que os universos religiosos possuem.

Na base de todos os sistemas de crenças e de todos os cultos deve, necessariamente, haver certo número de representações fundamentais e de atitudes rituais que, apesar da diversidade das formas que umas e outras puderam assumir, apresentem por toda parte, o mesmo significado objetivo e também, por toda parte, exerçam as mesmas funções (DURKHEIM, 2008, p.33).

Estas atitudes e rituais são responsáveis pela manutenção de instituições, em que o transcendente, eterno e humano, ultrapassa o olhar comum dos seres humanos. São elementos que costuram a sociedade ao ponto de não a dissolver. As formas elementares de vida religiosa chegam ao cerne das representações coletivas e “... os rituais são maneiras de agir que surgem unicamente no seio dos grupos reunidos e que se destinam a suscitar, a manter ou a refazer certos estados mentais destes grupos” (DURKHEIM, 2008, p.38).

Esses rituais são baseados em representações que definem as formas de se localizar e agir no mundo. Transferidos do campo da religião, é possível replicá-los de várias formas em outros campos sociais.

3.1. OS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

A construção da realidade se dá por meio da ação humana que penetra e influencia a mente de cada um que repensa e reproduz as informações, conceitos, crenças absorvidos em seu meio, sendo socialmente aceito como realidade o que lhe chegou a princípio por meio de uma representação, ou seja, de uma imagem associada a um significado. A disputa pela razão/dualidade entre as Ciências Sociais e a Psicologia Social acerca da prevalência do indivíduo sobre a sociedade e o seu contrário, está longe de se resolver. Do ponto de vista da Sociologia, toda pessoa crescida no seio da sociedade é um ser social, portanto um produto da sociedade. No campo da Sociologia, esta prevalência é condição *sine qua non* para a construção da consciência social. O principal teórico da Sociologia que trata deste tema diz que "o homem que nós tentamos ser é o homem de nossa época e de nosso meio" (DURKHEIM, 1997, p. 103). Para as Ciências Sociais, parece incompreensível que um ser social possa construir-se isoladamente e mesmo fazer escolhas sem que tenha sido influenciado pelas representações coletivas.

Contudo, não é possível negar que as representações (coletivas e sociais) tenham um tempo de vida mais ou menos estáveis, pois para mudar uma representação é necessário um movimento de percepções, sentidos, julgamentos e reflexões que exigem um espaço de tempo considerável de gerações para gerar mudanças significativas. Estes movimentos foram observados por Moscovici (2007), e seu estudo sobre o pensamento de Durkheim nos traz explicações acerca dos elementos constitutivos do conceito de representações coletivas.

No grande romance de Marcel Proust, já citado neste trabalho, os julgamentos e as reações sociais aos eventos que fogem do esperado, do aceito ou daquilo que é conhecido pela sociedade, mudam comportamentos e pensamentos: a execução violenta de uma pessoa da alta classe provoca uma transformação no relacionamento social; a opinião de um nobre sobre uma obra de arte ou sobre outra pessoa transforma comportamentos e julgamentos antes contrários ao objeto analisado. Assim como figurado no romance, os modos como nos posicionamos em relação às coisas do mundo estão diretamente relacionados às representações coletivas dessas mesmas coisas apresentadas pela sociedade.

A reflexão sobre as formas como pensamos as coisas do mundo pode nos conduzir ao entendimento de representação coletiva/social. Para melhor compreendê-lo é necessário trazer ao debate os conceitos e reflexões de Moscovici (2007) e de Durkheim (2008), para falar de força moral, sistemas de coesão, de sagrado e profano, familiar e não familiar, classificação, ancoragem e objetivação.

A força moral é um dos conceitos centrais para quem estuda representação social, é a mola propulsora da coesão, que por sua vez confere ao ser uma identidade, considerando que o ser pode ser o indivíduo, um grupo, a sociedade ou um fenômeno. A coesão dá unidade ao grupo (ROCHA, 2010, exposição em sala de aula).

A solidariedade mecânica e a solidariedade orgânica são as duas fontes da coesão identificadas por Durkheim (2008). A solidariedade mecânica é a coesão que tem por característica cultura e estilos de vida comuns. Nas sociedades tribais, o consenso sobre valores, normas e crença, embora opere em certo grau em todos os sistemas sociais, torna-se mais visível, pois é mínima a distinção entre indivíduos e sociedades. Em contraste, a solidariedade orgânica baseia-se em uma divisão do trabalho complexa, na qual pessoas dependem umas das outras porque a especialização tornou-lhes difícil sobreviver independentemente. Na maioria das sociedades industriais, por exemplo, pessoas trabalham para ganhar dinheiro e adquirir no mercado as necessidades básicas da vida. Elas não sabem como plantar, construir casas, tecer pano ou costurar. Isto significa que a única maneira de atender a essas necessidades é através de uma rede complexa de interdependência que reúne pessoas. Em certo sentido, como lembra Ortiz (2008), a solidariedade orgânica resulta não de semelhanças, mas de diferenças.

Para ilustrar nossa reflexão, evocamos a imagem do caleidoscópio, que é um tubo cilíndrico que produz múltiplas imagens em seu interior por meio de um jogo de espelhos, resultando em diferentes imagens com o reflexo visualizado do outro lado do tubo. Cores e formas que se transformam em outras e em outras e em outras, a partir do movimento dado ao instrumento, aparecem para aquele que observa. Desta mesma forma movimentam-se os personagens de Proust que ascendiam ou descendiam socialmente.

Na minha infância, toda a sociedade conservadora pertencia à alta-roda, e numa reunião de bom-tom não se poderia receber a um republicano. (...) a sociedade coloca sucessivamente de modo diversos elementos que se supunham imutáveis e compõem uma nova figura. Eu ainda não fizera a primeira comunhão, quando senhoras bem pensantes tinham a estupefação de encontrar de visita em nossa casa a alguma elegante judia. Essas novas disposições do caleidoscópio são provocadas pelo que um filósofo chamaria de mudança de critério. (PROUST, 2006, p. 121).

Esta mudança de critério nada mais é do que o deslocamento de uma posição social para outra em decorrência de acontecimentos sociais. A construção de uma identidade coletiva consolida-se com muitos séculos de resistências e dominações culturais de diversos grupos sociais, até tornar-se uma massa densa, que partilha uma mesma moral, costumes e

representações. De acordo com Durkheim (2008), dois fenômenos são responsáveis pelas mudanças/transformações em uma representação social: os contatos interculturais e os conflitos de geração.

Um longo contato intercultural, mesmo que seja de denominação sobre o outro, gradativamente promove mudanças. A essas mudanças Moscovici (2007) dá o nome de *deslocamento*: “é um ciclo daquilo que chamarei de deslocamento, que traz os membros da minoria dissidente do universo público para o universo privado da sociedade” (MOSCOVICI, 2007, p. 263). Deslocamento é, portanto, um movimento de mudança de posicionamento de um valor, de um pensamento que classifica, ancora e define a moral que norteará o universo consensual: “... criação visível, contínua, permeada de sentido e finalidade...” (MOSCOVICI, 2007, p.49). O universo consensual constrói-se a partir da cumplicidade e do partilhamento de convenções, de um mesmo código significante. Isto acontece a partir do relacionamento social, nos bares, nas academias, nos parques, nos intervalos das atividades institucionais do universo reificado, espaço de atuação das representações sociais, onde o indivíduo é visto e vê, informa e é informado, e assim por diante. De Proust podemos extrair muitos exemplos de como se movimenta a sociedade. Acontecimentos podem causar grandes abalos nas relações sociais e no pensamento coletivo.

O caso Dreyfus trouxe nova mudança, em época um pouco posterior àquela em que eu começava a frequentar a casa da Sra. Swann, e o calidoscópico inverteu uma vez mais os seus pequenos losangos coloridos. Tudo quanto era judeu passou para baixo, até a elegante dama, e nacionalistas obscuros subiram a ocupar seu lugar. O salão mais brilhante de Paris foi o de um príncipe austríaco e ultracatólico. Se em vez do Caso Dreyfus, sobrevivesse uma guerra com a Alemanha, noutro sentido se efetuaria a volta do calidoscópico (PROUST, 2006, p. 121).

Moscovici (2007) explica que as representações sociais surgem de pensamentos já existentes antes de nós e que para estudá-las precisamos, além de coletar dados da situação social, encontrar a sua origem. Neste trecho de Proust, um acontecimento gerou uma nova realidade.

A construção da realidade dá-se por meio da significação das coisas e das imagens, apregoando significado para dar familiaridade. Objetos, realidades e coisas provocam sensações, sentimentos e paixões, que geram a imaginação, a razão, o pensamento e a cognição. Tudo isso forma a representação social. A construção da realidade se dá por meio das ações intermediadas pelas representações, que penetram e influenciam a mente de cada um que re-

pensa e re-produz as informações, conceitos, crenças e demais elementos absorvidos pelo meio e sendo socialmente aceitos como realidade. O que a nós chega a princípio por meio de uma imagem associada a um significado, toma corpo de real, mas se transforma a partir do surgimento de novas imagens e novos significados. As representações sociais classificam ações e comportamentos, sustentando-se por intermédio de proibições e permissões.

O preocupante é que a realidade construída e veiculada nas emissoras de televisão, cujos objetivos são mercadológicos, atingem diretamente as percepções, as emoções humanas, gerando consumidores dóceis e receptivos. Contudo, reação e compreensão são insuficientes para explicar o porquê de algumas questões que, apesar de óbvias, não se consegue ver (Moscovici, 2007). Dessa forma, “é como se nosso olhar ou nossa percepção estivessem eclipsados, de tal modo que uma determinada classe de pessoas, seja devido a sua idade... ou devido a sua raça... se tornem invisíveis quando, de fato, eles estão ‘nos olhando de frente’” (DURKHEIM, 2008, p. 30). A aceitação de fatos sem reflexão insere o sujeito numa realidade ilusória. Da mesma forma acontece com aqueles fatos considerados corriqueiros, enquadrados nas representações sociais, a ponto de não caber questionamentos ou reflexões.

A coisa classificada recebe um lugar na sociedade, isto é, na escala da hierarquização. Segundo Rocha, “a hierarquia é a classificação pela desigualdade quando se hierarquiza um grupo surge a desigualdade em diversas ordens. O homem é um ser gregado, por isso se organiza em instituições. Não existe instituição sem hierarquia” (ROCHA, 2010, exposição em sala de aula). O consenso, para Durkheim (2008), é resultado da ação da força moral. Ortiz (2008), por sua vez, diz que a postura conservadora de Durkheim o fez encobrir, talvez não propositalmente, a ideia dos interesses de grupos e de classe. Todavia, “o que é classificado do lado do sagrado possui valor superior ao que é classificado do lado profano; a direita é preponderante em relação à esquerda” (DURKHEIM, 2008, p.23).

Os pensamentos estão em constante atividade social nos discursos e através deles, sendo necessário entender como esses processos acontecem socialmente. Ancoragem é a classificação de ideias estranhas à categoria de imagens comuns, familiares. Uma vez que as representações sociais atuam nos lugares onde as pessoas se encontram, talvez fosse possível dizer que diante da televisão, das mídias culturais de massa também é um lugar de atuação das representações sociais, pois apesar de não haver um encontro social físico, a televisão ocupa espaço na vida cotidiana trazendo para o debate informações que aparentemente interessam a todos, com o objetivo de atrair o maior número de espectadores possível. Para Pierre Bourdieu, “a televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população” (BOURDIEU, 1997).

Na produção audiovisual, a realidade fala através do sujeito que o produz e que nem sempre, para não dizer quase nunca, está comprometido com a verdade e com a imparcialidade. Nesse sentido, Bernadet (2006) afirma que “filme o rosto de uma mulher, a mão de outra, o pé de uma terceira, assim por diante, e monto: o espectador vê a mulher, perfeitamente convincente, só que ela não existe, é uma invenção do cinema criada pela montagem” (BERNADET, 2006, p. 48). Na fotografia o olhar, seja panorâmico ou detalhe, requer um recorte e um recorte requer uma escolha. A esta escolha atribui-se um status em destaque, tornando-o o centro das atenções, trazendo-o a superfície dos debates.

Acontece-me ter vontade de retomar cada palavra dos apresentadores que falam muitas vezes levemente, sem ter a menor ideia da dificuldade e da gravidade o que evocam e das responsabilidades em que incorrem ao evocá-las diante de milhares de telespectadores, sem as compreender e sem compreender que não as compreendem. Porque essas palavras fazem coisas, criam fantasias, medos, fobias ou, simplesmente, representações falsas. (BOURDIEU, 1997, p. 26).

Do mesmo modo acontece com os recursos linguísticos de uma produção audiovisual: posição da câmera, iluminação, som ambiente também geram sensações. A televisão tem o poder de fomentar no coração do homem amor e ódio, articulações belicosas ou passeatas pacíficas. Bourdieu fala que este objeto eletrônico presente em todas as salas e assistido por muitas horas “expõe a um grande perigo as diferentes esferas da produção cultural, arte, literatura, ciência, filosofia, direito... ela expõe a um perigo não menos a vida política e a democracia” (BOURDIEU, 1997, p. 9). A televisão explora as paixões humanas, propaga pensamentos unificadores, forma uma opinião massificada, sem debate, sem questionamento, sem reflexão, e muitas vezes desprovido de qualquer verdade veracidade coerência fidelidade honestidade sabedoria.

Bourdieu (1997) explica que a televisão tem o poder de produzir “o que os críticos literários chamam de o efeito de real, ela pode fazer ver e fazer crer no que faz ver” (BOURDIEU, 1997, p. 28). Voltamos, assim, às discussões de construção cognitiva do real. Moscovici (2007) relaciona cognição e comunicação como embriões das representações sociais, que surgem de pensamentos já existentes antes de nós e que estão em constante atividade social nos discursos e através deles.

... desde seu início, a teoria das representações sociais insistiu, com razão, no laço profundo entre cognição e comunicação, entre operações mentais e linguísticas, entre informação e significação. Somente sob essa condição foi capaz de explicar, de maneira correta e simultânea, de

modo não redutivo, tanto a formação como a evolução do conhecimento prático e do que é chamado conhecimento popular, bem como sua função social (MOSCOVICI, 2007, p. 220).

As ideias fontes, primárias ou leis gerais que circulam também nos meios de comunicação de massa, geram os temas, e nunca se revelam com clareza. São interligadas de tal forma e inscritas na linguagem que não é simples sua identificação (MOSCOVICI, 2007), a posição da câmera sugere superioridade, inferioridade, graus de importância, ressaltando ou ocultando fatos, aspectos, particularidades específicas. A sonorização gera um sentimento específico, evoca lembranças e sensações. É nesse momento, quando o telespectador participa apenas como o receptor de uma mensagem que ele não pôde alterar nem questionar, onde lhe coube apenas absorver sem reflexão os temas e realidades que lhes são apresentadas, que a ancoragem e a objetivação, a partir do tema em voga, atuam na construção de representações.

O papel do familiar e do não familiar faz parte do processo que gera as representações sociais. Mas tornar algo não familiar, não conhecido, estranho, invisível em algo familiar, palpável, trivial, reconhecível não é uma operação simples. Para tal movimento, Moscovici (2007) diz que é necessário ancorar e objetivar. Este fenômeno acontece dentro de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas.

A ancoragem é a classificação de ideias estranhas a categorias e imagens comuns, familiares. Segundo Moscovici, “esse é um processo que transforma algo estranho e perturbador, que nos intriga, em nosso sistema particular de categoria e o compara com um paradigma de uma categoria que nós pensamos ser apropriada” (MOSCOVICI, 2007, p. 61). A objetivação torna algo que não é real em realidade, faz com que a distinção ente imagem e realidade sejam esquecidas, assim como

une a ideia de não-familiaridade com a de realidade, torna-se a verdadeira essência da realidade... objetivar é descobrir a qualidade icônica de uma ideia, ou ser impreciso; é reproduzir um conceito em uma imagem. Comparar já é representar, encher o que está naturalmente vazio com substância, Temos apenas que comparar Deus com um pai e o que está invisível, instantaneamente se torna visível em nossas mentes (MOSCOVICI, 2007, p. 71).

De qualquer forma este processo que classifica e ancora não é “... uma escolha puramente intelectual, mas reflete uma atitude específica para com o objeto, um desejo de defini-lo como normal ou aberrante” (MOSCOVICI, 2007, p. 65). A objetivação é, portanto, a materialização da coisa classificada e ancorada, é pregoar um conceito a uma imagem.

...para se ter uma compreensão mais clara das consequências de nossa tendência em objetivar, poderíamos analisar fenômenos sociais tão diferentes como a adoração de um herói, a personificação das nações, raças, classes, etc. Cada caso implica uma representação social, que transforma palavras em carne, ideias em poderes naturais, nações ou linguagens humanas em uma linguagem de coisas (MOSCOVICI, 2007, p.78).

Ancoragem é o movimento por onde passam as memórias, as percepções e os julgamentos, rótulo. Enquanto a objetivação dá uso a coisa rotulada, gera e autoriza comportamentos, “... tira daí conceitos e imagens para juntá-los e reproduzi-los no mundo exterior, para fazer as coisas conhecidas a partir do que já é conhecido” (MOSCOVICI, 2007, p. 78).

A partir da análise das estruturas cognitivas como apresentadas acima, duas hipóteses foram identificadas: hipótese do núcleo central e hipótese do princípio organizador. Na hipótese do núcleo central, toda representação possui elementos cognitivos que são variáveis e diversos e que também chamados de elementos periféricos. Desses, os elementos estáveis são os que exercem a permanência e a uniformidade social. Já a hipótese do princípio organizador tem funções essencialmente sociais, mantendo ou criando identidades, realiza a generalização das representações sociais. Para ambas as hipóteses, a comunicação aparece relacionada à cognição na construção de representações sociais.

Bourdieu (1997) diz que a televisão é um instrumento de comunicação pouco autônomo, já que por detrás dela existem os produtores, os construtores de discursos, os *fast-thinkers* (indivíduos que ocupam o espaço de fala como autoridade irrefutável, mesmo que não sejam especialistas na área de conhecimento que representam) a que são atribuídos autoridade de decisão no recorte e na classificação do conteúdo apresentado. Então, “daí decorre que este instrumento de comunicação aparentemente desenfreado, que é a televisão, tem freio” (BOURDIEU, 1997, p. 51). Podemos concluir que se há algum mal na sociedade em decorrência dos conteúdos disponíveis nos veículos de comunicação, certamente não é culpa do suporte, no caso, da televisão, mas do seu mau uso. Moscovici analisa esse movimento da seguinte forma:

A materialização de uma abstração é uma das características mais misteriosas do pensamento e da fala. Autoridades políticas e intelectuais, de toda espécie, a exploram com a finalidade de subjugar as massas. Em outras palavras, tal autoridade está fundamentada na arte de transformar a palavra que substitui a coisa, na coisa que substitui a palavra (MOSCOVICI, 2007, p. 71).

Segundo Duarte Júnior (2006), o ser humano é o único animal capaz de manter certa distância do mundo, interpretá-lo e dar-lhe sentidos diversos. Assim, a realidade é forjada pela espécie humana em sua existência. O que nos torna seres humanos é, também, a linguagem. Nós vemos o mundo ordenado e damos-lhes significações. Pela palavra, foi criado o tempo e a consciência dele, o que faz o ser humano viver num mundo físico e simbólico. O ser humano move-se então, num mundo essencialmente simbólico, sendo os símbolos linguísticos os preponderantes e básicos na edificação deste mundo, na construção da realidade (DUARTE JÚNIOR, 2006). A realidade é, então, a reunião de infinitos pontos de vistas, expostos nas artes, na literatura, na pintura, na música, na arquitetura. Ao longo da história, a sociedade se utiliza de ferramentas de compreensão que são como espécies de parênteses que se abre de forma usual, rotineira.

Laraia (2006) traz, numa citação que faz de Ruth Benedict, uma comparação de cultura como sendo uma lente através da qual o homem vê o mundo. A cada cultura corresponde uma lente, de onde tiramos a diversidade de pontos de vista: “... uma compreensão exata do conceito de cultura significa a compreensão da própria natureza humana, tema perene da incansável reflexão humana” (LARAIA, 2006, p. 63). Levando em consideração essa diversidade de pontos de vistas, no confronto entre as culturas “as representações sociais emergem a partir de pontos duradouros de conflito, dentro das estruturas representacionais da própria cultura...” (DUVEEN apud MOSCOVICI, 2007, p. 16). De acordo com Laraia (2006), a cultura age em seu meio ambiente, explorando possibilidades de desenvolvimento de forma seletiva de forma a determinar o certo e o errado, o aceitável e o inaceitável, o estranho e o comum. Inclui e exclui de acordo com as crenças sociais a ela empregadas.

Quando classificamos uma pessoa como marxista, diabo marinho ou leitor do *The Times*, nós o confinamos a um conjunto de limites linguísticos, espaciais e comportamentais a certos hábitos. E se nós, então, chegamos ao ponto de deixá-lo saber o que nós fizemos, nós levaremos nossa interferência ao ponto de influenciá-lo, pelo fato de formularmos exigências específicas relacionadas a [*sic*] nossas expectativas (MOSCOVICI, 2007, p. 63).

A categorização está associada a um conjunto de parâmetros, paradigmas que serão associados de forma positiva ou negativa aquele objeto/imagem/situação/pessoa que está passando pelo processo de ancoragem e objetivação. Dessa forma, “categorizar alguém ou alguma coisa significa escolher um dos paradigmas estocados em nossa memória e estabelecer uma relação positiva ou negativa com ele” (MOSCOVICI, 2007, p. 63). Estes modelos servem

então de parâmetro de julgamento que sentencia o estranho de forma geralmente precipitada que pode acontecer de duas formas: pela generalização ou pela particularização. A generalização reduz a distância, é como bater um martelo: a rotulação reduz as distâncias entre o novo e o conhecido (MOSCOVICI, 2007). A particularização mantém a distância, a coisa estranha é algo que ainda precisa ser decifrado: haverá sempre um olhar observador em torno de si.

A força coercitiva das representações sociais advém de uma estrutura cognitiva pré-existente e da tradição, isto é, da herança cultural que decreta o que deve ser pensado. Dessa forma, “... nossas reações aos acontecimentos, nossas respostas aos estímulos, estão relacionadas a determinada definição, comum a todos os membros de uma comunidade à qual nós pertencemos” (MOSCOVICI, 2007, p. 31). Os cineastas americanos dos anos 10 e 20, para esquivar-se de uma possível e iminente censura, fundaram uma associação chamada *Associação Hays*, que defendia os interesses dos produtores. Criaram, então, uma espécie de códigos de censura no qual elencaram uma série de situações que não poderiam aparecer nas produções. Deste modo, o cinema americano passou a não mostrar casamentos entre pessoas brancas e negras; casais dormindo na mesma cama, mesmo que legitimamente casados etc. Assim, “esse sistema, por um lado, cortou as asas a qualquer veleidade um pouco mais ousada e assegurou o bom funcionamento da máquina industrial... assegurou a evolução de um cinema que, no conjunto, defende as ideologias dominantes” (BERNADET, 2006, p. 71).

Considerando o caráter cíclico dos movimentos de deslocamento e inserção, minoria e maioria não é um atributo quantitativo, mas qualitativo, no julgamento do coletivo social dominante. O grupo que detém o pensamento dominante rege os destinos, decisões e reações nas relações sociais.

Uma juventude matizada por um conteúdo audiovisual distribuído em larga escala na televisão em canal aberto, sem reflexão e sem re-construção, encontrará dificuldade em perceber-se e lidar com as diversas questões que norteiam o seu ser social e o seu pertencer ao mundo.

4. AS IMAGENS DA JUVENTUDE

A pessoa jovem é definida no artigo 1^a da Lei nº 12.852, de 5 de agosto de 2013, em seu parágrafo 1º, como as pessoas com idade entre 15 (quinze) e 29 (vinte e nove) anos. Mas esse período de tempo não é suficiente para se caracterizar uma categoria tão ampla como a juventude. Quais são as características que marcam, socialmente, a definição de juventude dentro dessa faixa etária tão ampla?

Cynthia Ozon Boghossian e Maria Cecília de Souza Minayo fazem um apanhado de quais seriam as visões que definem, segundo alguns estudiosos, o período ao qual chamamos juventude: Define-se juventude como fase de transição da infância para a vida adulta (Ribeiro,2004); por especificidades fisiológicas e psicológicas (Coimbra e Nascimento, 2003); pelas atividades às quais se dedicam os jovens, como educação e trabalho (Costa, 2000); por características e atitudes, tais como criatividade e rebeldia (Novaes, 2006); como período de exposição a condições de agravo à saúde – drogas, gravidez precoce, violência (Berquó, 1999) e, finalmente, por um duplo papel social: o de ‘motor’ de mudanças na sociedade e o de desagregação de valores e estruturas tradicionais (Cardoso e Sampaio, 1995; Abramo, 1997).

As noções de juventude apontadas pelas autoras mostram aspectos simplistas de um fenômeno bastante denso e multifacetado. Como as mesmas afirmam, o conceito de juventude deve compreender além do momento específico do ciclo de vida, também as condições sociais e culturais específicas de inserção dos sujeitos na sociedade. Essa inserção se dá, principalmente, por meio de imagens e expectativas que a sociedade atribui à juventude, julgando-a de acordo com esses padrões.

As imagens da juventude construídas pela sociedade, no senso comum, conversam com algumas características demonstradas por essa categoria social e que acabam sendo naturalizadas. Sobre os jovens estão fixadas inúmeras projeções simbólicas. Ora positivas, como quando aclamada futuro da nação, da humanidade (PASTOUREAU, 1996). Ora negativas, quando uma difusa hostilidade perante os jovens leva a ver neles a fonte de todo gênio de desordem e desvio (PASTOUREAU, 1996). O que é ser jovem? Para delimitar esta fase da vida humana não bastam os aspectos biológicos. É necessária a adoção de uma multiplicidade de variáveis como seu contexto cultural, histórico ou social.

Pastoreau (1996) estudou sobre a iconografia do período medieval a fim de investigar qual era a imagem da juventude naquela sociedade e época. Em seu estudo, considerou as diferentes classes sociais participantes do corpo social e também representadas nos ícones. Um jovem nobre, príncipe, pode, por causa de sua posição social ser representado numa imagem de

maior tamanho se ao lado de um senhor serviçal ou uma camareira. Não que os empregados sejam crianças, mas por desempenharem funções socialmente menores.

A imagem jamais é realista. Ela é sempre ideológica. Assim, certas tensões se produzem às vezes entre o eixo das idades e o da hierarquia social (e mesmo outros eixos construídos segundo outras considerações simbólicas). As propriedades podem então ser matizadas, e até invertidas. Em certos casos, importará realmente mostrar que um jovem é jovem, e antes de qualquer consideração sobre seu estatuto social ou simbólico (PASTOUREAU, 1996, p. 253).

Por meio dos ícones medievais, Pastoureau extraiu características e representações da juventude no mosteiro, que possui realidade distinta da juventude dos mercados ou das universidades. O local determina o como esse jovem será visto e representado. A visão do médico distingue-se da visão do poeta e do sacerdote, assim por diante. Algumas juventudes aparecem mais que outras, os jovens da zona rural, por exemplo, estão entre os poucos representados e a nobreza naturalmente aparece mais junto aos jovens diáconos.

Uma pessoa é mais ou menos jovem quando comparada à outra pessoa. As imagens, os ícones medievais retratam não só os jovens, mas também um conjunto de pessoas. Analisando a iconografia da época, Pastoureau notou que, para diferenciar um jovem de outro menos jovem, é utilizado como estratégia de afastamento os tamanhos dos personagens nas imagens, sendo o idoso retratado como maior em tamanho. Outra característica observada é em relação ao posicionamento das personagens nas imagens. Os mais velhos ocupam os centros das imagens e por ordem de tamanho, já os mais jovens vão assumindo lugar nas margens.

A escala dos tamanhos é, na verdade, uma escala de valores. Sublinha a força e o peso da velhice, o respeito devido a ela, o poder que possui. Inversamente, tal escala revela a pouca consideração que a sociedade e suas autoridades nesse domínio (o teólogo, o jurista, o médico, por exemplo) têm pela infância e pela adolescência. Representar velhos em tamanho grande e jovens em tamanho pequeno – quando na realidade os homens e as mulheres de dezoito-vinte anos são em geral maiores que os de sessenta ou oitenta – é proclamar pela imagem uma nítida diferença de estatuto social, teológico, político, jurídico, econômico e simbólico. O jovem ocupa na imagem um lugar pequeno porque ocupa um lugar pequeno na sociedade (PASTOUREAU, 1996, p. 252).

Na juventude urbana o pesquisador encontrou poucas representações dos estudantes. Para ele “essas lacunas da iconografia são em si mesmas documentos de história. As seleções operadas pela imagem não são neutras nem anedóticas. São ideológicas, militantes, e devem

ser estudadas como tais. Os silêncios da imagem são sempre eloquentes” (PASTOUREAU, 1996: 248). Não basta, pois, a análise daquilo que é mostrado, mas também do que é ignorado.

A Bíblia e os santos católicos são a principal fonte de representações imagéticas da juventude medieval, porém “todo estudo da iconografia dos jovens da Idade Média deve contar com os desequilíbrios da documentação” (PASTOUREAU, 1996, p. 250). Jesus adolescente, aos doze anos, em suas exposições públicas, causava espanto por sua inteligência, e nos trechos bíblicos referentes a este momento é possível verificar os discursos sociais em torno de sua peculiaridade juvenil.

Seus pais iam todos os anos a Jerusalém para a festa da Páscoa. Quando o menino completou doze anos, segundo o costume, subiram para a festa. Terminados os dias, eles voltaram, mas o menino Jesus ficou em Jerusalém, sem que seus pais o notassem. Pensando que estivesse na caravana, andaram o caminho de um dia, e puseram-se a procurá-lo entre os parentes e conhecidos. E não o encontraram, voltaram a Jerusalém a sua procura. Três dias depois, eles o encontraram no templo, sentado em meio aos doutores, ouvindo-os e interrogando-os; e todos os que o ouviam ficavam extasiados com sua inteligência e com suas respostas (Lc 2,41-50) (BÍBLIA DE JERUSALÉM, 2002, p. 1792).

Sua sabedoria e conhecimento tornaram-se sinais de divindade. Aqui é possível subtender que a juventude, se não por uma intervenção mística, não poderia ser dotada de atributos característicos de pessoas com experiência de vida e anos de estudos.

Gonçalves (2005) analisa de como a imagem do jovem atual se firmou na sociedade brasileira. Segundo a autora, essa imagem vem sendo marcada pelo conflito e pela busca de experimentação e, mais recentemente, por uma postura individualista e narcísica.

A autora aponta o início do interesse acadêmico pela juventude nos anos 1920, por conta da turbulência social em Chicago, em que jovens de diversas classes sociais, nacionalidades e costumes foram estudados com vistas a entender como a juventude se relacionava com a violência e com a criminalidade urbana. Nos anos 1950, por sua vez, com a explosão demográfica nas áreas urbanas e com os elevados índices de disseminação de doenças sexualmente transmissíveis, a juventude foi examinada pela ciência através de uma ótica negativista, como explica Gonçalves (2005). A autora ainda afirma que no século XXI, a imagem do jovem está associada com o individualismo exacerbado e com o aumento da criminalidade urbana.

Parte daí um esforço de estudar a juventude com intenções de disciplinarização. Os trabalhos sociais e pedagógicos focam constantemente nessa categoria social para solucionar problemas da macroestrutura e acabam responsabilizando os jovens por tais problemas. Essa é,

obviamente, uma visão simplificada do que é a juventude e do que ela representa, bem como um empobrecimento da noção de processos sociais e de suas consequências para a formação da juventude. Dessa forma, como afirma Diógenes, “qualquer esforço de registro acerca de sua condição [da juventude], de seus modos de atuação, deve ter como referencial suas práticas, movimentos e esferas de sociabilidade” (DIÓGENES, 2009, p.276).

Em estudo sobre o papel político da juventude brasileira, Diógenes (2009) observa que essa categoria social vive entre duas tensões. A primeira é ser reconhecido na esfera pública e tentar ocupar um espaço no mundo do trabalho. A segunda é ser o segmento-alvo da publicidade, da sedução do consumo e, concomitantemente, é ela que menos tem acesso aos bens de consumo constituídos sob seu signo e sua imagem (DIÓGENES, 2009, p. 276). É importante notar que essa imagem tem sido constituída, principalmente, por intermédio dos meios de comunicação e, em especial, a ficção televisiva. Mas essa imagem é construída de forma homogênea?

Ao se investigar uma determinada categoria social, é necessário levar em consideração os contrastes e desigualdades que delineiam suas inúmeras realidades. A heterogeneidade de condições e critérios do que seja ser jovem nos levou a constatar um complexo de realidades de juventudes (ABRAMO, 2008). Lassance (2005) diz que as diferenças que constroem esta variedade de juventudes precisam estar previstas, além da abertura a outras particularidades que se escondem em outros horizontes. Estudar uma juventude de classe média alta no Rio de Janeiro não será a mesma coisa de estudar uma juventude da mesma cidade, mas que vive na periferia.

Nessa perspectiva, os estudos de Sobrinho (2010) apresentam o jovem numa perspectiva de dois polos, nos quais o primeiro leva em consideração a convivência do jovem com recursos tecnológicos tais como a internet, a televisão e os videogames, e outro polo que compreende aquele jovem cuja infância é mutilada por conta da necessidade de iniciar a vida profissional demasiado cedo; é a criança que vive na rua, que ocupa a margem (SOBRINHO, 2010, p.2). A imagem que a sociedade criará para esses dois tipos de jovens será diferente.

Já sobre a imagem que o jovem cria de si mesmo, Sobrinho (2010) afirma que o jovem de hoje apresenta uma 'historicidade pós-moderna' que o difere do jovem de épocas anteriores “porque ele apresenta um novo tipo de subjetividade humana — uma subjetividade pós-moderna — que se caracteriza pela efetivação particular da identidade social e da agência social, corporificadas em novas formas de ser e de tornar-se humano” (SOBRINHO, 2010, p. 2). Essa imagem que a juventude cria de si está totalmente vinculada com as expectativas que a

sociedade cria em relação a ela. Daí as frustrações e problemas de aceitação quando os jovens não conseguem alcançar tal expectativa.

Para este trabalho, limitamos o grupo estudado a pessoas com idade entre 16 e 20 anos, matriculadas em escola pública de ensino regular no perímetro urbano do Distrito Federal. Este jovem passa muitas horas do seu dia diante da televisão, e que, de acordo com a hipótese deste trabalho, é influenciado pelos conteúdos que consome e que não possui espaço de reflexão que o torne ainda que minimamente um pouco mais autônomo diante dos perigos de alienação promovidos pela indústria cultural.

A cultura industrializada explicada por Coelho (2007) possui duas funções básicas: o divertimento e o conformismo social.

No entanto, considerando-se que o núcleo do discurso acusatório contra a indústria cultural está ocupado pelo problema da alienação provocada em seus 'clientes', cabe percorrer brevemente alguns dos principais efeitos mais propriamente sociais da cultura de massa..., uma das primeiras funções por ela exercida seria a narcotizante, obtida através da ênfase ao divertimento em seus produtos... Por outro lado, com seus produtos a indústria cultural pratica o reforço das normas sociais, repetidas até a exaustão e sem discussão. Em consequência, uma outra função: a de promover o conformismo social. E a esses aspectos centrais do funcionamento da indústria cultural viriam somar-se outros, consequência ou subprodutos dos primeiros: a indústria cultural fabrica produtos cuja finalidade é a de serem trocados por moeda; promove a deturpação e a degradação do gosto popular; simplifica ao máximo seus produtos, de modo a obter uma atitude sempre passiva do consumidor; assume uma atitude paternalista, dirigindo o consumidor ao invés de colocar-se à sua disposição (COELHO, 2007, p. 24)

Por meio também da absorção dos conteúdos da indústria cultural, este jovem vai sendo colonizado em sua subjetividade. Para Sobrinho, “elas vão conformando o gosto, os sentidos, os desejos, os relacionamentos, os ‘eus’ privado e público, enfim, vão modelando as subjetividades e fabricando as identidades destes tempos” (Sobrinho, 2010, p. 8). O grande problema é que a imagem produzida por essa indústria é totalmente idealizada, bastante diferente das realidades da maioria dos jovens. Voltados principalmente para o mercado, a indústria cultural vai criar um jovem consumidor, e que consome produtos determinados, o que nem sempre condiz com a classe social e possibilidades financeiras dessas jovens.

E por fim, traçado este paralelo reflexivo da juventude medieval com um novo conceito do que é ser jovem, todos os recortes e representações produzidas pela sociedade da época provavelmente provocaram um afastamento entre imagem e realidade, ainda hoje percebido nos conteúdos da indústria cultural.

5. A INDÚSTRIA CULTURAL: UMA VILÃ?

5.1. A INDÚSTRIA CULTURAL E SUA INFLUÊNCIA NA CONSTRUÇÃO E RECONSTRUÇÃO DE REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

Na realização de uma superprodução como *Crepúsculo*, Catherine Hardwicke, diretora da saga, está antes interessada em ganhar e prender a atenção de seu público alvo: os jovens. Por meio das técnicas de iluminação, figurinos e planos de sequência a equipe de produção trabalha para dar realidade à história fruto da imaginação da autora Stepheny Meyer. Ávida por consumidores, a preocupação da indústria cultural passa antes pelas estratégias da sedução do seu público alvo que por qualquer critério educacional, pedagógico ou didático. Trata-se de um produto de entretenimento. Seria algo inocente e desprezioso, se desconsiderássemos que o entretenimento também “educa”, pois transfere imagens e percepções específicas que podem ou não ser adotadas como padrão.

Coelho (2007) define a indústria cultural como a atividade de produção cultural baseada nos princípios da produção econômica industrial em geral, como “o uso crescente da máquina e a submissão do ritmo humano de trabalho ao ritmo da máquina; a exploração do trabalhador; a divisão do trabalho” (COELHO, 2007, p. 10). Essa indústria, segundo ele, só foi possível com a ascensão dos meios de comunicação de massa associada a uma economia de mercado, ou seja, baseada no consumo de bens. A partir daí, a cultura transforma-se em um produto com valor de troca; que é feito a partir de padrões que possibilitem que um grande número de pessoas goste e consuma esse produto, estandartizando o gosto; e quem a consome não a produz.

No entanto, a questão não é tão simples. O próprio Coelho (2007) apresenta duas correntes que possuem interpretações diferentes sobre a função da indústria cultural. De um lado estariam aqueles que acreditam que a indústria “desempenha as mesmas funções de um Estado fascista e que ela está, assim, na base do totalitarismo moderno ao promover a alienação do homem” (COELHO, 2007, p. 28), e por outro lado, estão aqueles que observam a indústria cultural como um primeiro passo para o processo de democratização na cultura, pois ao estendê-la à massa, seria um instrumento para combater a alienação. O autor propõe a análise do conteúdo e da forma com que esse conteúdo é feito para se analisar as duas posições.

Ao tratar do conteúdo, Coelho (2007) analisa como o trabalho e o prazer são observados na cultura capitalista, tanto pela esquerda quanto pela direita, e como o trabalho sempre foi colocado como mais importante do que o prazer. Em relação à direita, o culto ao trabalho e a domesticação dos prazeres são necessários para que haja uma massa de trabalhadores dóceis.

Em relação à direita, o prazer seria um instrumento de alienação e de desvio da busca da libertação dos seres humanos. No entanto, como ressalta o autor, o prazer não foi banido de toda prática cultural, pois deveria ser banido apenas da *indústria cultural* voltada para a massa. Em suas palavras, “quando o negócio é com a cultura dita superior, tudo é permitido; da cultura inferior, da *masscult*, exige-se seriedade” (COELHO, 2007, p.33).

Sobre o *como* dos veículos da indústria cultural, Coelho utiliza os conceitos da semiótica para analisar os tipos de signos e como se relacionam com a consciência das pessoas. Daí, o autor concluiu que a indústria cultural é o paraíso do signo indicial, da consciência indicial. O que seria isso? O *índice*, ou signo indicial, representa o objeto por remeter-se diretamente a ele e não tem sentido sem seu referente, como uma seta que indica um caminho. Se não houver caminho, a seta não faz sentido. Daí decorre que o índice é um “signo efêmero, de vida curta ou que, pelo menos, depende em tudo da duração de seu objeto. O índice não tem autonomia de existência” (COELHO, 2007, p.55). A esse índice corresponde uma consciência indicial. Tal consciência é operativa, pois o signo indicial requer esforço, físico ou mental, durante sua recepção, pois o receptor deve já conhecer algo desse signo para poder utilizá-lo em sua funcionalidade. A seta diz que o caminho é nessa direção. Assim, para o autor, a consciência indicial não leva a descobertas novas, pois só pode revelar aquilo que já foi revelado pelo menos a outros, diminuindo o valor da revelação. O autor conclui que

Toda a indústria cultural vem operando com signos indiciais e, assim, provocando a formação e o desenvolvimento de consciências indiciais. Isto é: tudo, signos e consciências e objetos, é efêmero, rápido, transitório; não há tempo para a intuição e o sentimento das coisas, nem para o exame lógico delas: a tônica consiste apenas em mostrar, indicar, constatar. Não há revelação, apenas constatação, e ainda assim uma constatação superficial – o que funciona como mola para a alienação (COELHO, 2007, p. 62).

Esse procedimento indicial nos veículos da indústria cultural se dão, segundo o autor, através da multiplicação de trechos de informações – e não da informação inteira – apresentadas soltas e sem reais antecedentes e conseqüências. Tais índices nos dão a sensação de conhecer o objeto, mas o que recebemos são apenas propriedades isoladas, superficiais e acidentais.

Theodor Ludwig-Adorno foi um dos mais vigorosos críticos daquilo que ele mesmo batizou de Indústria Cultural. Ele diz que a indústria cultural tem um certo poder de reduzir o saber a mercadoria ao passo que também reduz o público a público alvo consumidor, e deste modo a cultura se torna pseudocultura, isto é, “verniz brilhante de algo oco” (SELIGMANN-SILVA, 2003, p. 9).

Almeida (2004) afirma que indústria cultural está interessada em seduzir e alcançar consumidores. A exploração de necessidades do cotidiano das pessoas e seus hábitos tem que estar de acordo com os objetivos de lucro e também com os interesses do modo de pensar particular e de um grupo conjunto.

Assistir a um produto audiovisual sem reflexão, sem reflexão, não nutre a mente como um alimento que não sofreu o processo de digestão. Passa direto, ou, na pior das hipóteses retorna por onde entrou. A analogia que Rubens Alves (2002) faz entre o estômago e a mente, entre o ato de pensar e o ato de comer, demonstra que quem entende o funcionamento do sistema digestivo entenderá o ato de pensar. Assim como o estômago, a mente também processa seus alimentos. Alimento é uma substância de origem externa ao corpo. O alimento da mente são as informações e conhecimentos, que depois de recebidos, pensados, assimilados, tornam-se por fim pensamento compreendido. Assistir sem reflexão é cair na armadilha desta indústria cultural capitalista.

A indústria cultural é veiculada, circulada, distribuída, vendida, exposta, apresentado pelos veículos de comunicação que em parte produzem a cultura de massa. Para compreender esse fenômeno é necessário separar estes conceitos: cultura de massa e veículos de comunicação de massa. As produções audiovisuais, de acordo com Almeida (2004), podem seguir objetivos bem definidos, fins a serem alcançados, hábitos comportamentais a serem modificados e hábitos intelectuais a serem conservados ou transformados.

O atual e crescente acesso aos conteúdos da indústria cultural divulgados pela televisão, principalmente as audiovisuais e o crescimento da exploração comercial, fragmenta a humanidade, sobretudo a juventude, que está sendo educada pela televisão, pelas imagens e sons (TEIXEIRA, 1963).

Podemos então analisar que cultura no seu sentido amplo (artes, ciências, costumes, sistemas, leis, e todas as invenções e maneiras de ser, sentir e pensar e agir) é precíua num saber usar da escola, isto é, podemos exemplificar trabalhos audiovisuais, ou seja, a proximidade que a imagem em movimento tem com a realidade. O texto escrito é sempre o referencial mais importante, onde se tem a possibilidade de voltar, pensar, refletir, um meio linguístico mediado pela linguagem oral-escrita. Mas não podemos deixar de pensar que grande parte dos indivíduos da nossa sociedade está alimentando sua cognição do mundo a partir das imagens e sons das produções do cinema e da televisão (ALMEIDA, 2004).

A oralidade é configurada e tem uma força de realidade, verdadeira. Não que seja de fato, mas demonstra e assume-se verdadeira. Por outro lado, o audiovisual na escola está associado à ideia de material de apoio, a ferramenta que serve para ilustrar as aulas, trazendo

para dentro da escola conteúdos condizentes com aquela realidade que o professor deseja mostrar.

O olhar desses jovens já possui uma formação dada, quase que exclusivamente, pela televisão... O intuito era justamente romper com este condicionamento através da apresentação de novas possibilidades de olhar, outras formas de representação audiovisual da realidade, outras referências (RIBEIRO, 2002, p.20).

Anísio Teixeira (1963) manifesta em seu texto “Mestres do amanhã” preocupação com relação à educação nesta atualidade tecnológica dos veículos de comunicação. Se por um lado os mestres de ontem detinham em suas mãos o poder de transmitir cultura, hoje, a educação está em crise por não saber lidar com esta invasão de informações. Assim como Anísio Teixeira, outros teóricos partilham desta preocupação. Almeida (2004), por exemplo, questiona a distribuição e a fragmentação dos conteúdos em séries, desconsiderando a interdisciplinaridade a que o indivíduo vivencia fora dos muros escolares e propõe uma “alfabetização” de imagens e sons.

Em suas pesquisas sobre representação social Moscovici (2007) identificou duas hipóteses que, em suma, relaciona cognição e comunicação como embriões das representações sociais.

...desde seu início, a teoria das representações sociais insistiu, com razão, no laço profundo entre cognição e comunicação, entre operações mentais e linguísticas entre informação e significação. Somente sob essa condição foi capaz de explicar, de maneira correta e simultânea, de modo não reduutivo, tanto a formação como a evolução do conhecimento prático e do que é chamado conhecimento popular, bem como sua função social (MOSCOVICI, 2007, p. 220).

Dentro desta moderna sociedade, a ótica pelo qual se vê é a ótica da cultura de massa simboliza a tecnologia como deuses, relacionada ao que ainda não conhecemos e tememos, traduzido em língua humana (BUCK-MORSS, 2002). Buck-Moss, ao analisar o *Passagen-Work* (Trabalho das passagens) de Walter Benjamin, descreve a vida moderna como a junção do mito, com a natureza concreta e com a história, ressaltando a importância da vida comunitária, e a recuperação da mesma, em lugar de uma tecnologia mal utilizada. No texto analisado, Benjamin sugere questionar o mundo moderno e suas consequências (trazendo à consciência), é pré-requisito para criticá-lo, transformando-o. E nesta comunidade ideal, recuperar o sonho, como “fenômeno coletivo” (BUCK-MORSS, 2002, p. 311), como impulso, não de sonho mercadológico, como existia e existe, como satisfação capitalista, criando formas completamente novas de existir, não os modos em massa produzidos e reproduzidos,

individuais, formando (postas em fôrmas) identidades e vidas. Nesta perspectiva, o objetivo de Benjamim, segundo Buck-Morss (2002), é despertar a partir do conhecimento histórico.

Quando Anísio Teixeira (1963) manifesta preocupação com relação à formação audiovisual do alunado, esta preocupação gira também em torno da construção deste indivíduo e da sociedade. E por isto propostas educacionais que visam uma melhor reflexão sobre o que é dito pelos conteúdos da indústria cultural fazem em nosso contexto atual, todo sentido e importância.

O objetivo da oficina era proporcionar a iniciação audiovisual de jovens da periferia através da realização de vídeos documentários (...). O olhar desses jovens já possui uma formação dada, quase que exclusivamente, pela televisão. Se isso, por um lado, pode facilitar o aprendizado, já que o olhar reconhece, ainda que intuitiva e toscamente, o funcionamento das imagens. Por outro, é um aspecto cristalizador de um condicionamento difícil de quebrar (RIBEIRO, 2002, p.20).

Considera-se sumariamente necessário que pais e educadores lancem olhar crítico aos conteúdos da indústria cultural que informam, formam e transformam pensamentos sob o risco de privação de autonomia intelectual em massa. Uma educação insuficientemente capaz de dar ao educando as ferramentas mínimas para que ele distinga realidade de fantasia, gerando condições para uma melhor autonomia.

Toda cultura de massa onde há desigualdade social defende os interesses econômicos de alguns: os dirigentes industriais, sobretudo, da indústria cultural que hoje não precisa mais vestir-se de arte. Cinema, na prática, é indústria, comércio, negócios, o que justifica sua produção de conteúdo de fácil aceitação e que não exige reflexão, diz ser necessidade do consumidor, quase um “atendendo a pedidos”. A disparidade entre os poucos que produzem e os que recebem este conteúdo pronto planifica e estabelece esta mesma ordem: a restrição a produção, a racionalidade técnica. “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena” (ADORNO, 2007, p. 9). Não está na evolução da técnica, mas no seu uso, que serve a interesses econômicos. A evolução da comunicação via telefone para o rádio possibilitou a disponibilização de falas antes individualizadas, diversas emissoras então ocuparam espaço de voz, contudo os canais a que são dados voz ao cidadão comumente estão instalados na esfera da clandestinidade, com limitações amadores são direcionados e organizados, não pela própria comunidade, mas embrenhados num modelo organizativo vindo do alto (ADORNO, 2007). No uso deste canal de comunicação não houve espaço para o “sem fins lucrativos” e a partilha de ideias

desprovidas de interesses econômicos e/ou político e/ou ideológico. Pelo rádio, pela televisão, e pela indústria cultural, o público é tratado como cliente a ser satisfeito, não oferecendo um serviço de qualidade impecável, mas o envolvendo numa programação previamente elaborada ou convencendo-o a consumir o que, na verdade, ele não precisa. A enfática, explícita e evidente distinção entre filmes de classe A ou B, ou revistas com preços que variam entre o caro e o acessível, bem como os conteúdos encontrados num e noutro, evidenciam a relação existente entre indústria cultural e formação política.

O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidades em série serve somente a (crase) qualificação mais completa, cada um deve se comportar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível, determinado a priori por índices estatísticos, e dirigir-se a categoria de produtos de massa que foi preparada para o seu tipo (ADORNO, 2007, p. 11).

Independente da classe social a que se destina tal produto, a indústria o produz para ser consumido, e este consumo exerce sua influência independente da qualidade, tornando ilusório qualquer diferença entre um e outro, Adorno (2007) diz que a concorrência entre os produtos serve para manifestar uma aparente possibilidade de escolha, ademais “a diferença do valor orçado na indústria cultural não tem nada a ver com a diferença objetiva de valor, com o significado dos produtos” (ADORNO, 2007, p. 12).

O artista Richard Wagner, autor de *Tristão e Isolda*, sonhou a integração das artes: palavra, música e imagem materializariam sua “obra de arte total”. Trata-se, de fato, de algo extraordinariamente atraente, esta arte produzida para o consumidor gera em sua consciência uma realidade composta a partir daquilo que foi absorvido, isto é, aquilo que foi percebido e não pela verdade em si. A indústria cultural pôs fim ao puro da arte: a totalidade da música, a composição de um quadro, a arquitetura de um romance. O todo se opõe aos pormenores dando espaço a chamada ideia geral. Assim, “privados de oposições e conexões, o todo e os pormenores tem os mesmos traços. A sua harmonia, de início garantida, é paródia da harmonia conquistada pela obra-prima burguesa” (ADORNO, 2007, p. 15).

Dos veículos da indústria cultural o mais abrangente – e também o mais discutido – é a televisão. Por seu alcance número, a influência da TV e daquilo que nela é veiculado é enorme. Inicia-se, dessa forma, uma discussão sobre o papel da TV na educação (ou deseducação) dos jovens.

O grande desafio dos educadores, na atualidade, é possibilitar uma educação crítica e construtiva no contexto de nossa sociedade. A necessidade de prover sustento faz com que as pessoas – uma certa parcela delas, na verdade – volte sua atenção totalmente para o trabalho. A natureza do trabalho – geralmente repetitivo, cansativo e sem sentido para a maioria dos trabalhadores – impede o hábito de investigação das coisas, de percepção crítica. Além disso, a falta de tempo não permite o ócio, necessário para vivenciar coisas que não sejam apenas voltadas para a sobrevivência material. O trabalho de oito horas transforma-se em trabalho de dez horas (pois o horário de almoço é apenas alimentação e descanso para voltar ao trabalho), sem contar ainda o tempo de ida e de retorno do trabalho para casa.

Nesse contexto, o tempo livre geralmente é utilizado para mais trabalho – doméstico e familiar, principalmente para as mulheres – e a diversão é padronizada, pois falta tempo para produzir. Portanto, as pessoas tornam-se apenas consumidoras de produtos culturais, sem muitas vezes pensar sobre aquilo que está consumindo. Isso não é diferente com os jovens. A noção de entretenimento também se padroniza, principalmente entre as classes baixas, pois o consumo cultural diminui e restam apenas alguns produtos que podem ser comprados, como, por exemplo, a televisão.

Penteado (1991), em trabalho que relaciona televisão e escola, afirma que TV é uma indústria de produção de bens simbólicos e enquanto tal, tem as características de uma fábrica, que é criada e mantida pelos proprietários dos meios de produção, marcada pela linha de montagem e fabricação em série e, com a hierarquia da participação das pessoas no processo de produção, também propicia a perda de visão e de compreensão de sua atuação no todo. Apesar dessas características, a autora acredita que o seu produto é diferente dos produtos das demais fábricas. As fábricas colocam na mão dos consumidores o produto em si. A TV coloca uma imagem do produto. Dessa forma, “enquanto as indústrias colocam nas mãos do consumidor o seu produto, a TV coloca o consumidor diante de si próprio, como consumidor” (PENTEADO, 1991, p. 38). Disso acarreta que, ao mesmo tempo em que está a serviço da indústria capitalista, há também a possibilidade de colocar o ser humano diante dessa realidade de forma crítica.

A autora, analisando alguns programas televisivos, conclui que: a) a linguagem simbólica do apresentador reduz cuidadosamente as imagens da TV a índices; b) as imagens televisivas são representações de sérios problemas da nossa ordem social; c) o prazer do receptor mobiliza-o para uma dada relação com os problemas representados. Haveria, dessa forma, “uma oportunidade reveladora embutida no ícone televisivo, ampliando o conhecimento do espectador para além das experiências de vida oferecidas pelo seu próprio

meio sociocultural” (PENTEADO, 1991, p. 66), o que significaria uma possibilidade de democratização do conhecimento. Mas a forma como esse conhecimento é manifestado na TV pode determinar a nossa relação com os problemas da ordem social. É preciso, pois, aprender a ler o texto televisivo, e é o que a autora propõe para os educadores.

Assim, coloca-se uma situação específica – o poder de conformismo que a indústria cultural, em particular a televisão, coloca para uma determinada parcela da sociedade – e propõe-se uma forma de ultrapassar essa situação. Essa forma, que deve ser adotada na escola, é buscar métodos para que o ser humano recupere a consciência de sua capacidade produtiva, de criador de cultura.

A questão que se coloca nesse trabalho é: a escola cria essa imagem para o jovem ou ela posiciona-se ao lado da perspectiva negativa da indústria cultural, de transmissão de conteúdo pronto e de manutenção do *status quo*?

6. JUVENTUDE E TELEVISÃO

A pesquisa foi realizada em escolas públicas de ensino médio do Distrito Federal, em cinco regiões administrativas previamente escolhidas: Ceilândia, Gama, Taguatinga, Planaltina e Santa Maria. Ao todo, onze escolas foram visitadas e as que seriam pesquisadas foram escolhidas por sorteio.

O instrumento utilizado no processo de levantamento de dados foi um questionário misto com perguntas abertas e fechadas, elaboradas cuidadosamente para que houvesse o bom entendimento da questão e se evitasse ambiguidades. Algumas questões abertas foram inclusas no questionário pela necessidade de extrair a opinião do respondente, procurando desobrigá-lo a enquadrar sua percepção num recorte pré-estabelecido. A amostragem foi de 2000 questionários respondidos por jovens com idade de 15 até 18 anos, dos quais 254 contemplam o tema indústria cultural.

A juventude pesquisada é composta por alunos de escolas de Ensino Médio do Distrito Federal, sendo a sua maioria do gênero feminino, com 54,76%, havendo, dessa forma, equilíbrio de gênero na amostra investigada. Dos jovens que responderam ao questionário a maioria, 70,6% tem idade entre 16 e 17 anos. Em relação à etnia, 52,7% se autodeclararam da cor parda; 22,2% branca; 12,7% negra e 11,5% se autodeclararam amarelos ou indígenas. No que diz respeito à orientação sexual, 94% declararam-se heterossexuais; 3,1% bissexuais e 2% homossexuais. Nos dados aferidos sobre o estado civil, 96,4% deles são solteiros e 3,1% estão casados civilmente ou moram juntos; 97,2% não possuem filhos. A maioria dos entrevistados é cristã, sendo 48,4% católicos e 38,9% protestantes; 0,3% declararam não possuir religião e 5,9% afirmaram-se seguidores da religião espírita.

A Região Administrativa do Gama (RA II), abriga a maioria dos jovens pesquisados, com 21,83%. A distribuição dos demais se dá da seguinte forma: Santa Maria com 20,63%; Ceilândia com 18,25% e Planaltina com 16,27% dos jovens. Os grupos familiares são quase todos formados por famílias biparentais, com 71,43% morando com pai, mãe e irmãos. 21,43% das famílias são monoparentais, isto é, pai ou mãe mais irmãos. 62,3% dos jovens moram com um ou dois irmãos.

No que diz respeito à escolaridade das mães: 39,9% possuem o ensino médio completo; 19,84% possuem o ensino fundamental incompleto, e 10,32% possuem o ensino médio incompleto. 17,86% delas iniciaram o ensino superior das quais 12,3% concluíram a graduação. No âmbito profissional 21,83% são comerciárias; 16,67% trabalham em atividades domésticas;

17,45% reúnem empresárias, servidoras públicas e profissionais liberais. 18,65% são donas de casa.

Sobre a escolaridade do pai: 34,92% concluíram o ensino médio; 25% tem o ensino fundamental incompleto, e 12,30% tem o ensino fundamental incompleto. 12,30% deles iniciaram a graduação e 8,73% concluíram o ensino superior.

No âmbito profissional, 19,08% dos pais são autônomos; 15,08% comerciários; 9,52% trabalham na construção civil; e 10,71% são servidores públicos. 17,06% dos jovens não sabem a atividade profissional de seus pais.

Sobre a renda familiar, 37,30% das famílias dos jovens entrevistados recebem mais de um salário mínimo e menos que dois salários mínimos. 27,38% possuem renda familiar maior que dois salários mínimos e menor que quatro salários mínimo, e 21,03% das famílias recebem mais que quatro salários mínimo.

As famílias dos jovens, em sua maioria moram em casas próprias, somando o total de 70,24%. 23,41% moram de aluguel e os demais moram em casas cedidas ou funcionais. 96% das casas são de alvenaria, sendo 53,57% com três quartos e 33,33% com dois quartos. 81,35% não possuem empregadas domésticas, 34,52% não possuem carros e 20,24% possuem dois ou três carros.

A quantidade de eletrodomésticos também revela a condição socioeconômica da família. 13,89% dos jovens disseram ter de onze a quatorze eletrodomésticos em casa. 58,73% disseram ter entre seis e dez aparelhos eletrodomésticos. 18,65% disseram ter de um a cinco eletrodomésticos dentro de casa.

A maioria dos jovens não exerce atividades remuneradas: 61,51% não exercem qualquer tipo de atividade remunerada. 19,84% fazem estágio e 5,56% trabalham. Os demais, 8,73% dos jovens, fazem pequenos trabalhos não registrados ou trabalham como autônomos. Dos jovens que exercem alguma atividade remunerada, 25% recebem menos de um salário mínimo; 2,79% recebem mais que um salário mínimo; 4,76% recebem um salário mínimo.

6.1 O JOVEM EXPOSTO AOS CONTEÚDOS DA INDÚSTRIA CULTURAL

Os dados demonstram que a maioria dos jovens, 55,5 %, assiste mais de uma hora de televisão por dia; enquanto 30,95% assiste de uma a duas horas de televisão por dia; 24,60% assiste entre três e cinco horas e 17,46% assiste menos de uma hora por dia.

A maior parte deles, 63,89%, assiste apenas aos canais abertos, o que está relacionado ao perfil socioeconômica família, pela dificuldade financeira para se ter acesso a canais fechados. Contudo, não foi possível precisar com os dados coletados se os alunos de menor renda são necessariamente os que tem acesso somente ao canal aberto. Tal relação, dá-se por mera dedução. Sobre o acesso às emissoras de canal aberto e a assinadas, 63,89% tem acesso somente aos canais abertos; 26,98% assiste à televisão aberta e fechada; 7,14% assiste apenas a TV a cabo e apenas 1, 59% diz não assistir à televisão. Dentre os programas mais assistidos, 28,57% prefere novelas; 30,95% assiste aos jornais e 14,68% prefere os filmes.

Ao serem perguntados se os conteúdos dos programas retratavam a realidade, 50% afirmam que retratam algumas coisas; 21,03% afirmam que retratam a maioria das coisas; 14,29% afirmam que retratam a metade das coisas. A maioria acredita que os programas retratam a realidade. 7,94% dos jovens acham que os programas de televisão nada retratam da realidade.

No que diz respeito às percepções de aprendizado dos jovens: 53,97% deles acreditam que o lugar onde se aprende coisas importantes é em casa. 21,83% acham que é na escola e 13,49% acreditam que é na Igreja.

Sobre a influência dos conteúdos absorvidos por meio da televisão: 53,17% dos jovens acham que a quantidade de horas que uma pessoa passa assistindo televisão influencia pouca coisa; 23,81% acreditam que não influenciam. Do mesmo modo, 50,79% dos jovens acreditam que a quantidade de horas que se passa diante da televisão não influencia no relacionamento com outras pessoas. 32,54% influenciam algumas pessoas 7,54% não sabem.

Quando perguntados sobre a aplicabilidade que aprendem com os produtos de indústria cultural, especificadamente os conteúdos disponíveis na televisão de canal aberto: 3,57% aplicam quase tudo. 0,79% aplicam tudo; 9,13% não aplicam absolutamente nada.

Quando esse jovem diz que não aplica o que assiste na televisão, é provável que ele não faça isso conscientemente. A exemplo dos figurinos que lançam moda. É o que diz o especialista em política e gestão culturais Durand (1988) afirma em seu livro “Moda, luxo e economia” que

...bastaram alguns closes com o jeans Staroup no corpo de Júlia Matos (Sônia Braga), e mais o brilho do logotipo da empresa na sala da boate “quente” de Dancing’Days, para fazer saltar as vendas da empresa de 40

para 300 mil calças mensais, em 1979 e 1980. Ao fim da novela, o patrocinador dizia que as vendas que a primeira exibição desencadeara, já haviam coberto o gasto estimado que as reapresentações no estrangeiro lhe trariam substanciais ganhos extras com exportações e contratos de licença. (DURAND, 1988, p. 99).

Este é o panorama de percepção da juventude pesquisada sobre os conteúdos da indústria cultural e as influências em seu cotidiano.

7. ANÁLISE

Algumas questões e suas respostas merecem ser observadas com mais atenção. Para a análise da questão aberta “Você acha que a televisão exerce influência na sua vida?”, todas as respostas foram lidas e analisadas individualmente, sendo posteriormente classificadas por aproximação. Assim, temos o seguinte resultado: 40% não responderam; dos que responderam, 15% acreditam que não há influência, contra 76% que acreditam que a televisão influencia em sua vida.

Extraíndo o grupo que não respondeu à questão, foi feito um detalhamento de como é esta influência, em uma escala que classifica os questionados que não sugeriram detalhes da influência e aqueles que sugerem influências positivas, negativas, informações úteis; bem como os que afirmam não sofrer qualquer influência. Desta análise obtemos o seguinte:

ESCALA

- Influenciam
- Influenciam positivamente
- Influenciam negativamente
- Não influenciam
- Informações úteis

Na questão fechada “A quantidade de horas que passa assistindo a televisão influencia você?” obtemos a seguinte escala:

ESCALA

- Influencia Tudo
- Influencia maioria das coisas
- Influencia metade das coisas
- Influencia poucas coisas
- Não influencia
- Não sabe

A partir do cruzamento da questão aberta “A televisão influencia a sua vida?” com a questão fechada “A quantidade de horas que passa assistindo à televisão influencia você?”,

obtemos o seguinte: dos 22% dos respondentes que disseram na questão fechada que a quantidade de horas que passam diante da televisão não os influenciam, 18,75% **manifestaram opinião contrária** nas questões abertas, como pode ser observado nas transcrições selecionadas:

“Influencia na convivência social” (aluno do ensino médio, DF, 2012).

“Porque às vezes a televisão retrata fatos que servem de conscientização e quando vemos as pessoas fazerem coisas erradas, você já age diferente” (aluno de ensino médio, DF, 2012).

“Porque ela mostra o que o mundo quer que você seja” (aluno do ensino médio, DF, 2012).

Na mesma questão fechada, 8,33% dos respondentes considera na questão aberta a televisão como fonte de informação, como é possível observar nas transcrições:

“Pode ser até que influencia, mas só em questão as notícias nos jornais” (aluno do ensino médio, DF, 2012)

“Somente os jornais que nos mantem informados do que acontece no mundo” (aluno do ensino médio, DF, 2012)

As respostas não foram, dessa forma, coerentes. Talvez os estudantes não estão sendo levados a pensar nessa influência, ou acreditam que não são, eles mesmos, influenciados, mas que outras pessoas podem ser. Em se tratando de um espaço de aula, observa-se a necessidade de problematização dessa questão, bem como a criação de espaços de debate para que os estudantes possam refletir e criar opiniões sobre esse fato.

Ainda no cruzamento dessas questões, 20,83% foi coerente nas respostas abertas com relação a resposta “Não influenciam”, da questão fechada. Transcrevemos abaixo algumas dessas respostas:

“Não, pois a televisão é apenas um entretenimento para a família, ou seja, uma diversão” (aluno do ensino médio, DF, 2012)

“Não influencia em nada” (aluno do ensino médio, DF, 2012)

Percebemos, também, uma diferença de concepção em relação à TV como veículo de notícias ou como veículo de informações. Em ambos os casos, os respondentes não observaram os programas classificados como “diversão” ou os programas classificados como “informativos” como espaços de criação de discursos que podem influenciar na formação de opinião e de

comportamento daqueles que os assistem.

Em contrapartida, 9,94% dos respondentes afirmou que a quantidade de horas que passa diante da televisão “influenciam em tudo” e “na maioria das coisas”: Todos confirmaram a sua opinião na questão aberta, das quais destacamos a seguinte: “Porque eles introduzem um ideal onde você passa a acreditar” (aluno do ensino médio, DF, 2012)

Aqui observamos que o estudante reconhece a influência da televisão e, principalmente, mostra tal influência como “ideal”, ou seja, algo que não corresponde totalmente com a realidade empírica e nem sempre é passível de ser alcançado.

Analisando o grupo de respondentes que afirmaram na questão fechada que a quantidade de horas que passa assistindo à TV influencia em tudo e na maioria das coisas, 64,18% confirmaram na questão aberta a sua afirmação. Trazemos abaixo algumas transcrições:

“Hoje a mídia na minha opinião influencia nosso jeito de pensar, agir e se comunicar com os outros” (aluno do ensino médio, DF, 2012).

“A televisão tem um poder de influência muito grande, influencia na maioria das vezes, não é saudável, por isso tenta evita-la” (aluno do ensino médio, DF, 2012).

Utilizando o programa de tratamento e análise de dados SPSS (Statistical Package for Social Sciences), que é uma ferramenta para análise de dados utilizando técnicas estatísticas básicas e avançadas, operacionalizamos uma regressão binária. O SPSS é um software estatístico de fácil manuseio e é internacionalmente utilizado há muitas décadas, desde suas versões para computadores de grande porte (AGRANONIK et al, 2010).

Para a análise descritiva por frequência, tomou-se por matriz a questão aberta “Você acha que a televisão exerce influência na sua vida?”. A partir das respostas desta questão foi feita leitura e classificação binária para respostas positivas e negativas, excluindo-se as respostas que não demonstraram clareza quanto à posição ou consideraram uma influência meramente informativa.

A regressão binária é uma análise que consiste em comparar os dados de forma independente com uma matriz. Na logística binária, foi criado um modelo explicativo que tomou por matriz a questão “Você acha que a televisão exerce influência na sua vida?”, comparando com os fenômenos: sexo, etnia, renda, cidade onde mora, tempo de TV e orientação sexual. Desta operação foram extraídos como destaque resultados referentes a etnia e tempo de TV por dia.

<i>Etnia</i>	<i>A TV influencia na vida?</i>	
	Sim	Não
<i>Amarela</i>	70%	30%
<i>Branca</i>	24,45%	75,55%
<i>Negra</i>	31,50%	68,5%
<i>Parda</i>	39,49%	60,51%

Tabela 1: Etnia X Influência da TV na vida (Fonte: elaborado pela pesquisadora)

Há, em relação à etnia, os brancos consideram que não influenciam, seguido dos negros e pardos onde percebe-se equilíbrio em relação à resposta.

Dos que afirmaram que a TV influencia na vida, fizemos o seguinte cruzamento com o tempo que passam assistindo à TV:

<i>Tempo</i>	<i>%</i>
<i>1 a 2 horas</i>	1,59%
<i>3 a 5 horas</i>	25,57%
<i>5 a 8 horas</i>	21,20%
<i>4 a 8 horas ou mais</i>	4%

Tabela 2: Influência da TV na vida X Tempo assistindo TV (Fonte: elaborado pela pesquisadora)

Observamos que o tempo que esses jovens passam em frente à TV é muito grande, sendo de metade ao total do tempo produtivo do dia.

8. APONTAMENTOS FINAIS

Com base no exposto, é possível concluir que a juventude não percebe o caráter mercadológico que possui o conteúdo exposto na televisão. Reconhece a influência que exerce sobre a sua vida, mas considera esta influência majoritariamente positiva. Há indícios de que o jovem seja modelado pelos conteúdos da Indústria Cultural disponíveis na televisão, o que se agrava quando uma grande parte não reconhece essa influência ou a considera positivamente.

Retomamos aqui as reflexões de Sobrinho (2010) sobre a imagem que o jovem cria de si mesmo. O jovem atual, para ele, possui “um novo tipo de subjetividade humana — uma subjetividade pós-moderna — que se caracteriza pela efetivação particular da identidade social e da agência social, corporificadas em novas formas de ser e de tornar-se humano” (SOBRINHO, 2010, p. 2). Essa imagem que a juventude cria de si está totalmente vinculada com as expectativas que a sociedade cria em relação a ela.

A televisão figura expectativas de comportamento ideais e nem sempre alcançáveis. Além disso, há certos recortes que as programações fazem e que não correspondem à realidade desses jovens. Daí as frustrações e problemas de aceitação quando os jovens não conseguem alcançar tal expectativa.

O conteúdo televisivo está voltado para as questões de comércio e consumo, justificando assim a produção de conteúdo de fácil aceitação e que não exige reflexão. Como falamos anteriormente, a disparidade entre os poucos que produzem e os que recebem este conteúdo pronto estabelece esta mesma ordem: a restrição da produção, a racionalidade técnica. “A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação, é o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena” (ADORNO, 2007, p. 9). Não está na evolução da técnica, mas no seu uso, que serve a interesses econômicos.

Penso que o produto audiovisual, consumido pela sociedade por meio da indústria cultural, poderia ser, assim como uma obra de arte individual literária ou plástica, analisada e pensada em sua estrutura, construção e concepção. Nas escolas, contudo, o que se vê é que o espaço do audiovisual ainda cabe apenas como recurso para aula, aparato técnico ou exemplificativo do que quer que se deseja refletir com os alunos. Dessa forma, não se reflete o audiovisual em si, mas apenas se faz uso dele como material complementar a aplicação de conteúdo para as disciplinas. Ao perguntar aos alunos sobre este tema, os mesmos responderam que os professores usam a televisão e os conteúdos disponíveis na rede mundial de computadores nas aulas às vezes, sendo que as disciplinas que mais utilizam como recurso são as da área de humanas: filosofia, história, geografia e sociologia.

Observamos, assim, que a escola é um espaço importante para a reflexão sobre aspectos práticos da vida, principalmente no que trata da construção dos discursos. Trazer os conteúdos audiovisuais da TV para as práticas pedagógicas é uma forma de oportunizar a esses jovens a reflexão, desconstrução de tais discursos e a criação das suas próprias imagens, levando em consideração as implicações sociais, históricas e econômicas na veiculação desses discursos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2007, 119 p.
- AGRANOMIK, M.; HIRAKATA, V.N.; CAMEY, S. A. Introdução à análise estatística utilizando o SPSS 18.0. (Monografia) Hospital de Clínicas, Porto Alegre: 2010. Disponível em <
http://www.mat.ufrgs.br/~camey/HCPA/cursos/Poligrafo%20-%20SPSS_Introducao%20F3rio.pdf

ALMEIDA, Milton José de. *Imagem e sons: a nova cultura oral*. 3 ed. São Paulo: Cortez Editora, 2004, 110 p.

BERNADET, Jean-Claude. *O que é Cinema*. São Paulo: Brasiliense, 2006. 117 p.

BÍBLIA. Língua portuguesa. *Bíblia de Jerusalém*. Nova ed; rev. e ampl. São Paulo, Paulus, 2002.

BOGHOSSIAN, Cyntia Ozon; MINAYO, Maria Cecília de Souza. “Revisão sistemática sobre juventude e participação nos últimos 10 anos”. IN: *Saúde Soc*. São Paulo, v.18, n. 3, p. 411-423, 2009.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BUCK-MORSS, Susan. Belo Horizonte: *Dialética do olhar: Walter Benjamin e o projeto das Passagens*. Chapecó/SC: Editora Universitária Argos, 2002. 566p.

COELHO, Teixeira. *O que é Indústria Cultural*. São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleção Primeiros Passos; 8). 99 p.

CROUZET-PAVAN, Elisabeth. 1996. “*Uma flor do mal: os jovens na Itália medieval (Séculos XIII-XV)*”. In: *História dos Jovens: Da Antiguidade à Era Moderna*. LEVI, Giovanni & SCHMITT, Jean-Claude (orgs). São Paulo: Companhia das Letras, p.: 191-243

DIÓGENES, Glória. “Juventude, exclusão e a construção de políticas públicas: estratégias e táticas”. In: MENDONÇA FILHO, M.; NOBRE, MT., (orgs.) *Política e afetividade: narrativas e trajetórias de pesquisa* [online]. Salvador: EDUFBA; São Cristóvão: EDUFES, 2009.

DUARTE JÚNIOR, João F. *O que é realidade*. São Paulo: Brasiliense, 2006. 115 p.

DURAND, José Carlos. *Moda, Luxo e Economia*. São Paulo: Babel Cultural, 1998.136 p.

DURKHEIM, Émile (1858-1917). *As formas elementares de vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 2008, 526 p.

DUVENN, Gerard. *O poder das ideias*. In: MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: Investigações em psicologia Social*, 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2007. P. 7-28.

GONÇALVES, Hebe Signorini. “Juventude brasileira, entre a tradição e a modernidade”. *Tempo Social*, revista de sociologia da USP, V. 17, n.2., Nov. de 2005, p. 207-219.

KAHLLMEYER-MERTENS, Roberto S. *Como elaborar projeto de pesquisa*. Rio de Janeiro: FGV, 2007. 140p.

LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: Um conceito antropológico*. 20 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

LASSANCE, Antônio. *Brasil, Jovens de norte a sul*. In: ABRAMO, Helena Wendel & BRANCO, Pedro Paulo Martoni (orgs.). *Retratos da juventude brasileira; análise de uma pesquisa nacional*. São Paulo: Perseu Abramo, 2005, p. 73-85.

LORIGA, Sabrina. *A experiência militar*. In: Levi, Giovanni. SCHMITT, Jean-Claude. (org) *História dos Jovens 2:[SUBTÍTULO]*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996, p. 17-40

MOREIRA, João Manoel. *Questionários: Teoria e prática*. Coímbra-PT, Almedina, 2004. p.: 35-120.

MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2007, 404 p.

ORTIZ, Renato. 2008. *Durkheim: um percurso sociológico*. In: DURKHEIM, Émile (1858-1917). *As formas elementares de vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 2008, 526 p.

PASTOUREAU, Michel. Os emblemas da juventude. Atributos e formas de representação dos jovens na imagem medieval. In: LEVI, G., SCHMITT, J. C. *Historia dos jovens*. Taurus, 1996.

PROUST, Marcel (1871/1922). *A sombra das raparigas em flor*. São Paulo: Globo, 2006a (3ª ed. rev. Trad. Mário Quintana, 669p.).

PROUST, Marcel (1871/1922). *Em busca do tempo perdido: no caminho de Swam*. São Paulo: Globo, 2006b (3ª ed. rev. Trad. Mário Quintana, 558p.).

RIBEIRO, Nôga. *Oficina de Imagem Popular: A formação do olhar e a formação de novos sujeitos de fala*. Brasília: UnB, 2002.

ROCHA, Maria Zélia Borba. 2008a. *Projeto de Pesquisa: elementos textuais (sumário)*. Brasília: UnB (dígito./PDF), 01 p.

SCHINDLER, Norbert. “Os tutores da desordem: Rurais da cultura juvenil nos primórdios da era moderna”. LEVI, Giovanni & SCHMITT, Jean-Claude (orgs). In: *História dos Jovens: Da Antiguidade à Era Moderna*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996. p: 191-243.

SOBRINHO, Antônio Fávero. 2010. *O aluno não é mais aquele! E agora, professor? A transfiguração da história dos sujeitos da educação*. In: ANAIS DO I SEMINÁRIO NACIONAL: CURRÍCULO EM MOVIMENTO – Perspectivas Atuais Belo Horizonte, novembro de 2010. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/dezembro-2010-pdf/7176-4-1-aluno-nao-e-mais-aquele-antonio-favero/file>

SELIGMANN-SILVA, Márcio. *Adorno*. São Paulo: Publifolha, 2003. 104 p.

TEIXEIRA, Anísio. Mestres de amanhã. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*. v.40, n.92, out/dez. Rio de Janeiro: INEP, 1963, p.: 10-19.

VIEGAS, Waldyr. *Fundamentos lógicos da metodologia científica*. Brasília: Edunb, 2007, 242 p.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

BRASIL. Congresso Nacional. *Lei n. 12.852 de 5 de agosto de 2013*. Institui o Estatuto da Juventude e dispõe sobre os direitos dos jovens, os princípios e diretrizes das políticas públicas de juventude e o Sistema Nacional de Juventude - SINAJUVE. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Poder Legislativo, Brasília, DF, 6 ago. 2013. Seção 1. p. 1. Disponível em: <<http://www.in.gov.br>>. Acesso em: 5 fev. 2016.

COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL

<http://www.codeplan.df.gov.br/images/CODEPLAN/PDF/Pesquisas%20Socioeconômicas/IDHM%20DF%20e%20AMB.pdf> Acesso em 15 jan. 2016.

III. PROJEÇÃO FUTURA

Quando eu olho para o meu horizonte, continuo vendo a mesma jovem entusiasta dos movimentos sociais, das artes visuais e da formação humana. De posse deste título, pretendo iniciar especialização em Políticas Públicas e Movimentos Sociais. Meu lugar não é (nunca foi) nas salas de aula das instituições de ensino formal alfabetizando crianças. Trago em meus anseios outra proposta, uma alfabetização audiovisual que se faz urgente nos dias de hoje. Contudo, munida também dos conhecimentos inerentes à educação infantil eu poderei desenvolver de forma mais acertada as minhas intervenções, sejam em movimentos sociais, em atividades de gestão ou na elaboração de políticas que tangem esta área do saber humano.