

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

CCE – Coordenação Central de Extensão

Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais

Prof^{as}: Rosália Duarte, Ilana Eleá, Rita Leal

2004.Discente: Gisela Pascale

E-mail: gpcl@terra.com.br

Resumo 5 – junho / 2008.1

RESENHA CRÍTICA¹

FISHER, Rosa Maria Bueno. **Mídia e juventude: experiência do público e do privado na “sociedade da informação”**. Trabalho apresentado no VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais COIMBRA Portugal, 2004.

Rosa Maria Bueno Fischer, através de uma pesquisa feita com jovens brasileiros, sobre suas experiência com a mídia, propõe debater tópicos relativos à produção de novas subjetividades em nossa cultura, se referindo aos espaços da mídia como estabelecadora de um tipo de vínculo com o político, o público e o privado. Assim, explorando o que neles é enunciado, conforme a autora, a respeito das formas pelas quais estamos efetivando uma aprendizagem sobre os outros, os diferentes, em termos políticos, sociais, étnicos e geracionais. Considerando ainda, a articulação entre três dimensões principais da complexidade dos processos comunicacionais: uma análise do discurso dos textos midiáticos que não perca de vista aquilo que diz respeito aos modos e exercícios de ver diferentes públicos, e que tenha como preocupação básica descrever um pouco da história do presente, atenta àquilo que hoje se faz urgente pensar (Cfe. Fischer, 2002; 2003).

Como bem situa Guilherme Oroszco, a televisão e os demais meios tornam-se hoje os principais referentes para os diversos grupos e sujeitos sociais “embora os reducionismo, estereótipos e trivialidades que constroem e reproduzam esses sujeitos, de seus devires e realidade”. Oroszco também sugere, segundo a autora, que se pense sobre a tensão que se coloca entre esse protagonismo televisivo e os novos tipos de interlocução dos sujeitos consigo mesmo e com a cultura aí criada. Sendo assim, na pesquisa, foi utilizado o estudo da recepção levando em consideração diferente e superpostas formas de mediação.

¹ O texto se configura como parte da quinta atividade proposta aos alunos no curso de Especialização em **Mídia, Tecnologia da Informação e Novas Práticas Educacionais**, turma 2008.1, campus Gávea

A autora pensa que a mediação – como “processo estruturante que configura e orienta a interação das audiências cujo resultado é outorgar sentido por parte destas aos referentes midiáticos com que interagem” (Orozco, 2001, p,23) Nessa visão, Ficher coloca que as diversas formas de mediação podem ser relativas ao trabalho dos produtores televisivos; as mediações propiciadas pelas estratégias de produtores e veiculação de programas e outros materiais midiáticos. Sendo assim, as mediações experimentadas formal e informalmente por aqueles que usam, vêem, assistem, discutem, estão de alguma forma “em relação com” os produtos da mídia – na condição certamente de agentes e não de meros receptores.

Talvez possa ser discutida em toda sua complexidade tendo como inspiração o que nos sugere a leitura de autoras como Hannah Arendt (2000) e Susan Sontag (2003): ou seja, à ausência do pensamento, até a atitude de entrega ao inesperado do agir humano, do risco e da dúvida, como propulsores da criação da escuta desarmada (mas não irresponsável ou leviana) do termo. Concordo com a autora no que se refere à virtude das novas tecnologias de informação e comunicação, em relação ao que, muitos de nós – mas não todos nós, é bem verdade – podemos nos apropriar de um mundo fantástico de imagens, dados, sons; temos um poder que não é deste mundo, como escreve Bauman, um poder desencarnado, que nos confere uma capacidade imensa de nos movermos e de atuarmos à distância.

Na pesquisa realizada, vários depoimentos foram gravados com grupos de jovens, confirmando que as vidas privadas e as intimidades invadem o cenário público da mídia não exatamente para que haja uma interação com os espectadores, para introduzir uma nova discussão em relação aos modos de existência do público e do privado em nossa sociedade. Ficher constatou, como assinala Bauman, no máximo que se faz é fortalecer o privado em sua privacidade (idem, p.231) Programas televisivos sobre a intimidade das pessoas, sejam elas célebres ou não, conforme o autor.

(...) são lições públicas sobre a vacuidade da vida pública e sobre o vazio das esperanças postas em tudo o que seja menos privado que os problemas e as soluções particulares. Os solitários indivíduos entram hoje numa àgora e não se encontram a não ser com outros que estão tão sós como eles mesmos. Voltam pra casa tranquilizados com sua solidão reforçada (Bauman, p231,trad.minha, grifo autor)

Para realização desse estudo aqui discutido foram selecionados cinco grupos de recepção, todos em Porto Alegre (RS): alunos de Ensino Médio de uma escola particular e de uma escola pública estadual; alunos de uma escola destinada à educação de trabalhadores, jovens e adultos não escolarizados no tempo normal; calouros do curso de Comunicação e alunos do quarto semestre do curso de Pedagogia – ambos de Universidade Federal do Rio Grande do Sul(UFRGS). Cada grupo teve uma variação de 06 a 16 participantes, e ocorreram ao todo 21 encontros, no decorrer do ano de 2003, cada um com a duração média de duas horas, com exibição de trechos dos programas citados, no início dos trabalhos. Antes do encontro com os estudantes, foram gravados vários programas e comerciais de TV destinados ao público jovem ou que a ele fizessem referência da Rede Globo, da Record e da MTV, num total aproximado de 30 produtos, cada um em no mínimo três edições.

As discussões gravadas, segundo a autora, expõem as regras do jogo da mídia e de múltiplas possibilidades de entendimento das imagens textos e sons veiculados, o que se pode se referir à Mídia e estratégias de transcendência. Meninos e meninas de escola pública, de classes populares, afirmaram identificar-se com os personagens de Malhação, não exatamente porque se vêem literalmente ali, como jovens de um determinado extrato social. Os personagens cataram outras camadas do discurso midiático, referiram o conflito das gerações, opiniões que carregam a marca de opções políticas, ideológicas, econômicas, assumidas pelo roteirista, pelo diretor, pela emissora, numa certa época.

Importa é que, concordando com a autora, esses produtos tematizam de alguma forma a juventude brasileira, falam com ela, dirigem-se a ela, buscam-na avidamente na condição de público consumidor, posicionam-se como lugar de educação e formação das gerações mais novas. A autora pensa que ao dizer que, “nossa solidariedade proclama nossa inocência, assim como proclama nossa impotência” (Sontag, 2003, p.86), Sontag fornece argumentos sólidos para a defesa de uma proposta de análise da mídia que não perca de vista a íntima relação existente entre o artefato produzido, suas condições de produção e de veiculação, e as múltiplas e surpreendentes formas de recepção – análise que é conduzida por um genuíno desejo de mergulhar nas dores(e nas belezas também, por certo), sobretudo nas dores e perplexidades de nosso tempo, para poder pensa-las, questiona-las, posicionar-se diante delas , imaginar outras possibilidades para essas mesmas faltas e excessos.

Nos dias de encontro, o movimento dos estudantes foi o de expressar seu mal estar com o medo como eles se relacionavam com os chamados excluídos sociais, especialmente seu profundo sentimento de impotência diante da miséria e da pobreza, e ainda uma enorme solidariedade com aqueles que precisam trabalhar tanto, enquanto[nós] “temos tudo de graça”. Dos imperativos midiáticos, a autora coloca que, certamente, esse é um modo bem diferente de ser jovem, distante por demais, por exemplo das gerações anteriores: “incentivam e cobram isso de ti ao mesmo tempo, sabe?(...)” Colocam um pai falando com a filha[dizendo na novela Malhação] que é uma responsabilidade enorme [transar], que não sei o quê... As pessoas assim, o jovem fica pressionado. Se ele levava aquilo naturalmente, mesmo que não comentasse com os pais(...), aí, vendo aquilo, fica [pensando]: “Bah, mas eu tenho que falar com o meu pai! Tipo: ele deve saber”. Além disso, o grupo concluiu, também, focautianamente, que está em jogo um outro dispositivo, o pedagógico da mídia, pelo qual há que se constituir esse lugar, dos meios de comunicação, como um lugar predominantemente educativo. A observação de um estudante vai direto ao ponto, para ele, criar uma cena como essa da Malhação, “é pra Globo tentar dar uma de boa moça, pras mães pegarem e ficarem dizendo- “meu filho ta vendo porcaria”(...) Mas pra mim isso é enganação”.

A autora coloca que são esses mesmo estudantes que referindo-se ao programa Tome Conta do Brasil, da MTV, exibido no decorrer da campanha eleitoral de 2003, passaram a discutir entusiasmadamente os problemas da corrupção política e do telejornalismo sensacionalista. “Neginho quer ver escândalo”, Eles se dão conta de que estão imersos nesse desejo, disseminado em diferentes instâncias, especialmente nos meios de comunicação: “o Estado é fraco e[que] isso é consequência dos políticos serem corruptos”; “parece que isso [político é corrupto] tá enraizado na gente” – lamentou por fim um dos alunos. Assim, é possível observar, como a pesquisa mostra que, a escola é um lugar privilegiado para professores e alunos pensarem sobre esse tempo que estão vivendo; e que os debates a partir de produtos midiáticos podem ser extremamente ricos e salutares, na medida em que as temáticas e os respectivos modos de tratamento e linguagem televisiva que estes recebem dos diretores, roteiristas, atores, jornalistas ao serem discutidos, expõem contradições que todos vivemos, põem os dedos nas feridas que estamos sofrendo, cada um de nós; por fim, segundo a autora, abrem espaço para além do que é dado, para além daquilo que, como muito bem expressaram os alunos da pesquisa, parece algo que “ta enraizado em nó”.

Portanto, concordo que, como diz a autora, examinar narrações de vida é um trabalho necessário, urgente, e tem a ver com um programa político mais amplo que de fato inclui os interesses privados e o bem público. É quase que uma necessidade urgente, num tempo em que somos insistentemente convidados, em programas como Big Brother e tantos outros assemelhados, a nos recolhermos à nossa intimidade, a partir de “formulas de autenticidade privada propagadas pela indústria cultural”, como escreve Slavoj Žižek em seu livro Bem-vindo ao deserto do real (Žižek, 2003, p.105). Contudo, segundo o crítico esloveno, o único caminho para romper com todas as restrições à nossa subjetividade, imposta e estimulada pela mídia, que nos convidam a uma privacidade totalmente objetificada, “é inventar uma nova coletividade”.

Conclusão:

O convite da autora era simplesmente o de pensar sobre a complexidade desse mundo feito de imagens, mas que nos cobra diariamente um tipo de ação, de posicionamento, de gesto. Abrir-se ao acontecimento, ao inesperado, àquilo que não nos oferece garantias, talvez seja matéria em total falta nas práticas educacionais de nosso tempo. É disso que estamos falando quando a autora propõe que a mídia e seus imaginários sejam trazidos para o espaço escolar, como forma de encorajar certa disponibilidade de vida, não exatamente para entrarmos no mundo das celebridades e da fama midiática, mas para conviver com o outro, expressar-nos, agir, dividir o poder e, nessa condição, sermos também singularidades, como escreve Arendt em “A condição Humana”.