

**SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO  
SUPERINTENDÊNCIA DA EDUCAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE POLÍTICAS E PROGRAMAS EDUCACIONAIS  
COORDENAÇÃO ESTADUAL DO PDE**

**ADOLESCÊNCIA INVENTADA: A MÍDIA COMO REPRESENTAÇÃO**

SÃO MATEUS DO SUL  
2008

# ADOLESCÊNCIA INVENTADA: A MÍDIA COMO REPRESENTAÇÃO

Claudia Regina Pacheco Portes<sup>1</sup>

Nádia Gaiofato Gonçalves<sup>2</sup>

## RESUMO

Este artigo pretende discutir como imagens, discursos e representações sociais presentes na mídia televisiva, são incorporadas por adolescentes no cotidiano escolar. Para tanto, na construção desta investigação, metodologicamente foram contempladas e construídas categorias de representação social, pautadas na pesquisa-ação e no método qualitativo, através do qual pode-se observar, registrar e analisar representações e interações que os adolescentes elaboram sobre a adolescência influenciados pela mídia televisiva. Visa propor algumas discussões de como essa juventude está lidando com as inquietações do mundo de hoje, onde a mídia possui papel fundamental de informar sobre essa realidade e ao mesmo tempo de formá-la quando inventa necessidades, comportamentos e opiniões. Diferente da formação institucionalizada, a escola é o espaço onde se confronta a compreensão do presente, a preparação do futuro e a reconceitualização do passado, que permitirá ao jovem a construção de uma sociedade mais solidária e de um ser humano mais reflexivo. Como as tecnologias de comunicação encontram-se espalhadas por toda a sociedade ninguém escapa dos efeitos desses recursos de comunicação de massa. Em meio a diferentes modos de ser, de viver, de comportar-se de representações sociais, de modelos, os jovens se vêem perdidos, assumindo uma plástica fugidia, que não externa para além dela nenhuma inquietação. Assim, é função da educação buscar essas discussões visando estimular a consciência crítica e reflexiva dos adolescentes para que aprendam a transformar informações em conhecimento. Concluiu-se que os adolescentes têm consciência das representações que a televisão veicula e entendem que esse recurso pode ser usado de forma educativa.

**Palavras-chaves:** Adolescência, mídia e representação social.

## ABSTRACT

This article intend to discut about pictures, speech and social representations present in the television media are incorporate by teenagers in school quotidian. For this in construction of this investigation where contemplate and construed categories on social representation, pleaded in the research-action, and in the qualitative method, through of the what you can observe, register and analyze representations and interactions that teenagers improve about the adolescence, influenced by television media. Aim to propose some discussions about how the adolescence is deal with anxiety of the world nowadays, where media has a fundamental part of announce about this reality and in the same time to form when create necessities, behaviors and opinions. It's different of instituted formation school is the place where discuss understanding of present, the preparation of the future and the reconcept about part, that will allow young people the construction of a more supportive society and a reflexer human. As the communication technologies are in all society nobody slips of

effects of the resources of communication mass. Among different ways of being, living behaving of social representation, models, the young people see themselves lost, taking on a plastic scatter, that it's not external for through it. Like this, it's the function of education to search these discussions aiming encourage the critical and reflexive conscience of teenagers to learn changing informations in knowledge. Conclude that teenagers have conscience of representations that the television medium and understand that this resort can be used in an educated way.

**Keywords:** Adolescence, media and social representation.

## **INTRODUÇÃO**

O Programa de Desenvolvimento Educacional (PDE), constitui uma política educacional que prioriza a valorização profissional dos professores que atuam na Rede Pública de Ensino do Estado do Paraná ao oferecer uma programação consistente e articulada em sua forma e conteúdo.

Reiterando os princípios político-pedagógicos da SEED (Secretaria de Estado de Educação), esta política propõe uma nova concepção de Formação Continuada visando ofertar ao Professor PDE, através do retorno às atividades acadêmicas de sua área de conhecimentos, atualizações e suporte teórico que permitam reflexão teórica sobre a prática e possibilitem mudanças pedagógicas sobre as mesmas.

Este artigo tem por base um projeto desenvolvido no PDE, na área de História, que abordou representações que adolescentes fazem sobre a adolescência sob a influência da televisão; projeto que foi aplicado entre alunos da 8ª série A do Colégio Estadual São Mateus, na cidade de São Mateus do Sul, em 2009. Para tanto será apresentada e discutida proposta de Implementação desenvolvida dando ênfase a sua fundamentação e aos resultados obtidos.

### **1 ADOLESCÊNCIA INVENTADA: MÍDIA E REPRESENTAÇÃO**

Os jovens de hoje vivem um momento histórico no qual a tensão local e global se manifesta de maneira contundente. Nunca houve tanta integração globalizada e, ao mesmo tempo, nunca foram tão profundos os sentimentos de desconexão. Com efeito, as profundas mudanças no mercado de trabalho atingem de maneira particular os jovens contemporâneos. Entretanto, ser adolescente em um mundo dominado pela mídia, especialmente a mídia televisiva, tornou-se um marco desta geração.

As conquistas tecnológicas modificam a comunicação, a socialização, a "visão do tamanho do mundo", entre gerações. Ser jovem em um mundo conectado é viver uma experiência historicamente inédita. Qualquer análise sobre a condição juvenil atual deve levar em conta as imagens da juventude disseminadas pela mídia. A televisão que tudo transmite em tempo real e a Internet com seus mais variados usos, veiculam imagens polares dos jovens de hoje. Por um lado, apresentam padrões de beleza e de consumo que muito poucos podem atingir. Reafirmam a juventude como uma "fatia de mercado" na sociedade de consumo. Por outro lado, os jovens – sobretudo os moradores de áreas pobres e violentas – são sempre representados pelos meios de comunicação "em situação de risco" como suspeitos ou rebeldes em potencial.

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

Os jovens constroem suas representações nos seus grupos sociais, através dos diálogos, dos modelos e ideias veiculadas pelos meios de comunicação. Assim, ideias e imagens vão sendo aceitas, naturalizadas; embora sejam apenas representações. Sendo produzidas nas relações sociais, as representações ancoram-se nas crenças, discursos e valores advindos da família, da mídia e da própria escola. A mídia, em especial a mídia televisiva como espaço de circulação de imagens, e de representações sociais, propaga ideias, imagens e discursos que são assimilados pelos adolescentes. Sujeitos a diferentes modos de ser, de viver, de representações sociais, de modelos, vêm-se perdidos, assumindo uma plástica, uma imagem fugida que não externa para além dela nenhuma inquietação. Neste contexto, de intensas e variadas informações, os jovens apreendem estas concepções, estes conhecimentos, mesclando singularidades e universalidades interferindo e normatizando a formação e identificação dos mesmos.

No exercício do magistério, observa-se comportamentos, falas, gestos, atitudes, que aos poucos provocam inquietações. A escola hoje não detém mais a posse da informação. A informação se multiplicou e se tornou acessível a todos.

Isto implica em mudanças que dizem respeito às formas de produção e consumo, idéias, imagens e representações sociais, propagadas pela mídia, em especial a mídia televisiva, interferindo na maneira como os adolescentes se relacionam, compreendem, consomem, absorvem, constroem hipóteses sobre si mesmos e sobre os fenômenos sociais incorporando-os. Entretanto, percebe-se que esse tema não tem sido suficientemente abordado na escola, ainda que se depare com ele no trato com a juventude no cotidiano escolar.

Neste sentido, a problemática a ser discutida neste artigo, traz como tema: Como os adolescentes do ambiente escolar vem interpretando o seu papel social frente ao acúmulo de informações processado pela mídia televisiva, no seu meio sócio-cultural?

Assim, como educadores, percebeu-se a necessidade de desenvolver uma pesquisa que estimulasse a capacidade crítica e reflexiva nos adolescentes, e como contribuição aos professores.

Cabe à História, cujo objeto são os processos históricos, relativos às ações e às relações humanas praticadas no tempo, bem como a respectiva significação atribuída pelos sujeitos neste caso a juventude estudantil, possibilitar discussões no âmbito sócio-cultural em que a mídia se insere tanto no que diz respeito às formas de consumir, vestir, agir, pensar, representar, se relacionar, viver social, cultural e politicamente através da investigação histórica.

Assim, esta construção didática foi embasada pelas seguintes teorias: representação social de Moscovici (2003); construção de sujeitos e subjetividades de Foucault (1995), cujas contribuições foram relevantes nesta produção. Pretendeu-se identificar como os jovens representam, incorporam e reproduzem uma imagem mitificada da própria juventude, interpretando os sentidos que estes sujeitos atribuem às suas ações, através das representações sociais via mídias e as praticam no ambiente escolar e na sociedade, colaborando para a formação de pessoas conscientes.

Para essa investigação foi contemplada a categoria de representação social, que é entendida como as diferentes formas pelas quais as comunidades, os indivíduos e, em particular os adolescentes, a partir de suas diferenças sociais e culturais, percebem, se apropriam, incorporam sua sociedade e a própria História, bem como a idéia de construção de sujeitos e subjetividades.

A metodologia adotada está pautada na pesquisa-ação, que é um tipo de pesquisa participativa. Como o próprio nome diz, a pesquisa-ação procura unir a

pesquisa à ação ou prática. É, portanto, uma maneira de se fazer pesquisa em situações em que também se é uma pessoa da prática e se deseja melhorar a compreensão desta. Como método se utilizou-se o qualitativo, pois este basicamente busca entender um fenômeno específico em profundidade, visto que esta investigação trabalha com descrições, comparações e interpretações. Para Brandão (1985, p. 42-62), "trata-se de uma atividade educativa de investigação e ação social". Aplicando o método qualitativo, pode-se observar, registrar e analisar representações e interações reais que os adolescentes elaboram sobre a adolescência, sob a influência dos meios de comunicação, em especial da mídia. Esta metodologia foi desenvolvida a partir da definição de algumas categorias de análise, pesquisada através de entrevistas aplicadas com os alunos da 8ª série A, tendo como suporte teórico para análise a obra "Como usar o cinema em sala de aula" do professor Marcos Napolitano (UFPR, 2008), que priorizou análise e discussão de filmes, propagandas, telenovelas, programas de músicas voltadas ao público jovem.

É necessário destacar que a escola enquanto espaço de socialização do saber, necessita abordar uma proposta de educação tecnológica, que veja a tecnologia televisiva, não como um fim em si mesma, mas sim, um poderoso meio para a ressignificação do mundo através da produção de conhecimento e para o investimento na autoria e formação dos adolescentes, contribuindo assim na construção de visibilidade, da esperança e do re-encantamento do espaço escolar. Este artigo pretende contribuir com uma breve discussão sobre a representação que os adolescentes fazem da adolescência sob a influência da mídia, procurando entender e decodificar o que os meios de comunicação, particularmente a tv transmite e os jovens incorporam no seu cotidiano, através das representações sociais.

### **1.1 ADOLESCÊNCIA? QUE MOMENTO É ESSE?**

O conceito adolescência tem sua gênese na psicologia, conhecida atualmente como psicologia do desenvolvimento e que entende o ser humano como sujeito situado neste momento numa fase transitória, entre a infantil e a adulta, ou seja, desde a altura em que as alterações psicobiológicas iniciam a maturação sexual até a idade em que um sistema de valores e crenças se enquadra numa identidade estabelecida.

A adolescência, é uma das etapas do desenvolvimento humano caracterizada por alterações físicas, psíquicas e sociais, que recebem interpretações e significados diferentes dependendo da época e da cultura na qual está inserida. A ambivalência da adolescência, fase que se encontra na transição entre a vida infantil e a adulta, é difícil tanto para os jovens como para quem convive com eles. Momento peculiar, que está ligado às transformações globais que ocorrem no indivíduo e que tornam este nível etário complexo para ele e para os outros. Na tentativa de afirmar-se o adolescente mapeia semelhanças, diferenças, novos modos de ser e de pensar, incorporar representações sociais que a mídia manipula, ampliando seu repertório de possibilidades na construção da imagem de si mesmo, ampliando e/ou mudando a memória da sociedade.

Conforme Tiba (2005, p. 36) "as famílias, além de ficarem menores, se isolaram. Convivem mais com amigos que com os familiares." Isso se deve ao fato de que, na sociedade capitalista, os pais estão cada vez mais ocupados, vive-se num mundo em que se exige uma carga cada vez mais intensa de trabalho, em função das próprias ofertas e necessidades de consumo. Com a maior parte do tempo livre, os jovens tornam-se público alvo do que é elaborado, veiculado e reproduzido pelos meios de comunicação. Knobel (1992, p. 111), define adolescência como "a fase evolutiva durante a qual o indivíduo trata de estabelecer a sua identidade adulta." Para ele a adolescência, é a fase de reorganização emocional, de turbulência e instabilidade caracterizada pelo processo biopsíquico a que os adolescentes estão destinados.

Sardilli e Catafio (2005, p. 137), comentam que:

nessa fase de desenvolvimento psicosssexual do indivíduo, ele atravessa um momento de grande confusão, de crise religiosa e dos valores, de crise de identidade. A palavra crise se adapta bem ao período da adolescência já que significa mutação e é índice de crescimento.

A busca de uma identidade é um dos problemas que os jovens frequentemente encaram como um caminho para se estabelecerem como indivíduos. Nesta configuração, os jovens em fase de crescimento físico, emocional e adaptação psico-social, tornam-se consumidores das imagens, das idéias, dos discursos propagados via mídia e incorporam desses, representações sociais que se agregam ao seu cotidiano, se abarcam dessa intensa influência midiática, sem muita criticidade.

## 1.2 O FETICHE DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A sociedade contemporânea encontra-se cercada pelos mais variados recursos tecnológicos, tais como: aparelho celular, caixas eletrônicos nos bancos, Internet, entre outros. Os avanços e as invenções tecnológicas surgem com uma velocidade nunca vista em outros tempos, temos acesso a inúmeras informações e das mais diversas fontes.

O que significa ser jovem hoje frente a tecnologias tão diversificadas? O uso do computador, o Ipod, telefone celular, televisão, etc., encontra-se acessível a um grande número de jovens. Os adolescentes são uma parte da sociedade que está mais familiarizada com uma espécie de realidade recentemente criada ou inventada, virtual; nascem inseridos nessa conjuntura, diferentes de seus pais e professores que sentem certo receio, e muitas vezes dificuldades em adaptar-se ao novo.

A questão relevante é como os jovens estão delineando um novo comportamento frente aos novos aparatos tecnológicos? E, apontando para o campo educacional, num tempo em que se multiplicam projetos e ações relacionados ao uso das chamadas "novas" tecnologias de comunicação e informação, como usar com os adolescentes as linguagens híbridas das diferentes mídias? Como fazer com que a juventude "reinvente" o que lhes é oferecido cotidianamente pelos mais diversos meios de comunicação, de modo a construírem eles mesmos suas próprias narrativas audiovisuais e identidades históricas? Entretanto, as novas tecnologias podem também contar a favor dos jovens de hoje. Apesar de todas as desigualdades e diferenças, a propagação veloz de certos símbolos e valores pelos mais diversos locais e países, permite que grupos de jovens partilhem representações propagadas no mundo globalizado. Mas isto ainda não é tudo. Nascidos a partir de meados da década de 90, a juventude atual vive em um tempo em que há um reconhecimento social da intensidade da mídia virtual e precisa ser alfabetizada midiaticamente, em especial a televisiva. Como sabemos, nem sempre foi assim. Este é o foco de investigação deste artigo.

São inúmeros os personagens "inventados" pela mídia. Figuras simbólicas, cujos interesses pautam-se na transformação de um mundo que se enreda numa teia cada vez maior, mais inalcançável, mais frustrante e ao mesmo tempo, cada vez mais sedutora, de imagens e sons, informações, dados, possibilidades de ver, ouvir e saber de quase tudo. Segundo Fasciani (1998, p. 119), "nenhum instrumento ou



tecnologia inventada pelo homem pode ser intrinsecamente positivo ou negativo, certo ou errado, útil ou perigoso. E só a utilização que disso se faz que pode ser julgada com regras". Aproveitando a idéia do autor, a escola precisa abrir espaços e momentos que promovam ações educativas na utilização dos meios de comunicação.

### **1.3 TRADIÇÃO INVENTADA**

O termo "tradição inventada" é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as "tradições" realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado e determinado de tempo – às vezes coisas de poucos anos apenas e se estabeleceram com enorme rigidez. A invenção de uma tradição se dá em função de uma necessidade sentida pelo grupo em relação a sua própria sobrevivência. Em face disso, a tradição inventada oscila entre o falso e o legítimo, não se podendo definir em absoluto qual seja sua essência mesma. Observando tal situação, Hobsbawm (1984, p. 10) considera que a necessidade sentida pelo grupo é o "fator legitimamente da tradição inventada, enquanto a intensidade de manipulação da mesma responde por seu menor ou maior falseamento". Para serem preservadas, as "tradições inventadas", necessitam das máscaras sociais. E estas, para funcionar adequadamente, recorrem à mentira, a representação como peça necessária de seu mecanismo.

De acordo com Hobsbawm (1997, p. 9) por tradição inventada entende-se:

um conjunto de práticas normalmente reguladas por regras tácitas ou abertamente aceitas, tais práticas, de natureza ritual ou simbólicas, visam inculcar certos valores e normas de comportamentos através da repetição, o que implica automaticamente, uma continuidade em relação ao passado.

Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado e criar conexões com o presente. O passado histórico no qual a nova tradição é inserida não precisa ser remoto, perdido nas brumas do tempo. Mas, na medida em que alude a um passado histórico, as "tradições inventadas" caracterizam-se por estabelecer com ele uma continuidade bastante artificial. São reações a situações novas que ou assumem a forma de referência a situações anteriores ou estabelecem seu próprio passado através da repetição.

Surge como o contraste entre as constantes mudanças e inovações do mundo moderno, entre elas, os meios de comunicação que diariamente criam novos costumes e hábitos às pessoas em especial aos adolescentes.

Refletindo as "tradições inventadas", como um processo de ritualização, Hobsbawm (1997, p. 12) afirma que "a invenção de tradições é essencialmente um processo de formalização e vitalização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição." São complexos processos simbólicos e rituais criados pelo homem.

Partindo do pressuposto que a concepção de tradição é uma inovação da modernidade, não significa que não se deve usá-la em relação às sociedades pré-modernas ou não ocidentais, implica que deve-se abordar sua discussão com critérios. Tradições e costumes não são genuínos. São fabricados esporadicamente em vez de se desenvolver espontaneamente, são usados às vezes como meios de poder, quer tenham sido construídos de maneira deliberada ou não. Assim, tradições e costumes são inventados por diversas razões.

Na contemporaneidade, as sociedades que se desenvolveram a partir da Revolução Industrial foram naturalmente obrigadas a inventar, instituir ou desenvolver novas redes de convenções e rotinas com uma frequência maior do que antes. Na medida em que essas rotinas funcionam melhor quando transformadas em hábito, em procedimentos automáticos ou até mesmo em comportamentos, tornam-se práticas culturais. Contudo, nas sociedades capitalistas onde as mudanças ocorrem rapidamente, debilitam ou destroem os padrões sociais para os quais as velhas tradições foram feitas, produzindo novos padrões e modelos com os quais essas tradições são incompatíveis, dando mostras de haverem perdido grande parte da capacidade de adaptação e de flexibilidade ou são eliminadas, inventam-se novos costumes e tradições, quando ocorrem transformações suficientemente amplas e rápidas tanto do lado da demanda quanto da oferta.

Mas como historicamente a televisão tem construído tradições inventadas?

Obviamente a representação transmitida pelos meios de comunicação, em especial a tv, passa a ser algo cuja tessitura é bastante complexa, dada a sua intrincada urdidura. O recurso às imagens, discursos e idéias forjadas praticadas em larga escala pelos personagens vão ao encontro das considerações feitas por Hobsbawm em seu estudo sobre as tradições. Pela utilização desses recursos, as tradições inventadas caminham muito próximas da ficção. Aproximando do dia-a-dia dos adolescentes, o costume de assistir tv, abre espaço para que a ideologia de

grupos dominantes, discursos, modos de vestir, agir, comportamentos, maneiras de ser, de pensar, atitudes, são textos veiculados, consumidos pelos jovens de forma massificante. Isto porque as tradições e os costumes são sempre propriedades de grupos, comunidades, coletividades e da mídia.

Indivíduos podem seguir tradições ou costumes, mas as tradições não são uma característica do comportamento individual do modo como os hábitos o são. O que a tradição tem de distinta é que ela define um tipo de verdade. Por mais que a tradição possa mudar, ela fornece uma estrutura para a ação que pode permanecer em grande parte não questionada. Assim, tal qual a tradição, os meios de comunicação se valem da repetição, que serve como instrumento de reforço para que as representações midiáticas sejam incorporadas.

E é este o papel que a tv tem efetivado entre a população, especialmente entre os jovens, veiculando a estas gerações o "*modus vivendi*", que os grupos detentores do poder desejam que sejam apropriados. Entretanto, outras instâncias são convocadas a atuar na produção de imagens e discursos que sustentam as tradições inventadas. Um desses mecanismos é a memória, elemento que modela, que confere-lhe poder de ação e que faz permanecer viva uma tradição. Convém ressaltar que, do mesmo modo que oscila entre o falso e o legítimo, a tradição inventada transita no espaço da memória entre dois pólos: a lembrança e o esquecimento. O modo como diversas representações são relacionadas é apontado por Bhabha (1998, p. 85) ao afirmar que:

A emergência do sujeito humano como social e psiquicamente legitimado depende da negação de uma narrativa originária de realização ou de uma coincidência imaginária entre interesse ou instinto e a vontade geral. (...) a identidade nunca é a priori nem um produto acabado; ela é apenas e sempre o processo problemático de acesso a uma imagem da totalidade.

Aliás, em grande medida, é o esquecimento o pólo de maior peso no engendramento da manutenção de uma tradição, conforme observa Homi Bhabha, ao discutir o que ele denomina "em meios na origem: a subtração de certos eventos e a impossibilidade de comprovar outros." (BHABHA, 1998, p. 198 -238) E é nesta ordem de idéias que a televisão como mídia utilizada pelos adolescentes, capta a noção de esquecimento, pois na tv tudo é fugaz, momentâneo, operando de acordo com interesses capitalistas mercadológicos, reforçando algumas referências e jogando nas sombras outras, ressignificando a memória coletiva. E, para demarcar

as fronteiras, símbolos, concepções, imagens são construídos e utilizados materializando-se sob a forma de objetos de memória coletiva.

A representação que se faz na tv, a tradição inventada com imagens, gestos, falas, roupas e utensílios variados, paradoxalmente embutem a concepção do estar entre nós mesmos, no cotidiano dos micro-territórios como o da família e o da escola, configurando esse momento extensivo numa continuidade. Todos os artifícios que envolvem a tradição inventada – e ela própria são artifícios de controle em certos momentos históricos, fazem parte de um intrincado jogo de poder.

Segundo afirma Giddens apud Hall (1997, p. 15),

A tradição é um meio de lidar com o tempo e o espaço, inserindo qualquer atividade ou experiência particular na continuidade do passado, presente e futuro, os quais, por sua vez, são estruturados nas práticas sociais recorrentes (...) o passado é venerado e os símbolos são valorizados porque contém e perpetuam a experiência das gerações.

Já Hall (1997, p. 58) fala da utilização de uma estratégia discursiva, ou seja,

tradições que parecem ser antigas são muitas vezes de origem recentemente inventadas (...). Para este autor "tradição inventada", significa um conjunto de práticas de natureza ritual ou simbólica que buscam inculcar valores e normas de comportamentos através da repetição, a qual automaticamente implica continuidade com um passado histórico adequado.

A esta estratégia discursiva não importa o quão diferentes seus membros possam ser em termos de classe, gênero, raça ou faixa etária, pois estarão representados como unidade de identidade através do exercício de diferentes formas de poder. Os espaços e o tempo midiático são representações, tradições inventadas e, portanto, disciplinares, onde o poder que permeia as relações é o poder disciplinar. As pedagogias midiáticas, em que o poder disciplinar engendrado pelo tempo momentâneo e pelo espaço televisivo, se configuram em tradições inventadas e também disciplinam. Produzem um saber determinado, um saber que é também tradicional, um saber que produz poder e ao mesmo tempo um poder que produz saber.

De acordo com Bourdieu (1989, p. 26-27)

(...) não é uma coisa que se produza de uma assentada por ser um ato teórico, é um trabalho de grande fôlego, que se realiza pouco a pouco, por retoques sucessivos por toda uma série de correções (...),

de princípios práticos que orientam as opções ao mesmo tempo minúsculas e decisivas.

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

Segundo Giddens (2000, p.47-60), "tradição é talvez o conceito mais básico do conservantismo, uma vez que os conservadores acreditam que ela encerra uma sabedoria acumulada". Uma razão adicional para a persistência da "tradição inventada", nos países industrializados, foi que as mudanças institucionais sinalizadas pela modernidade limitavam-se em grande parte a instituições públicas, economia e mídia televisiva. Maneiras tradicionais e costumes tenderam a persistir, ou foram reinventados e integrados na vida cotidiana da população particularmente dos adolescentes. Onde a tradição declina, outras são reinventadas pelo poder da mídia televisiva e a escolha de vida prevalece, a individualidade não fica isenta.

O senso de identidade tem de ser criado e recriado, de forma a ser representado e incorporado pelo telespectador, através da construção de modelos que passam a (re)significar o seu cotidiano. Segundo Sant'Anna (1997, p. 275-284) "são as relações entre os sujeitos e as práticas sociais historicamente datadas que produzem nossos sentimentos, preferências, aparências e fisiologia." Apresentam-se como um universo de movimentações reguladas e representações sociais que indicam e apontam quais imagens, representações e discursos devem ser apreendidos pela juventude através dos meios de comunicação. Assim, as linguagens usadas na mídia, em especial, na mídia televisiva, devem ser abordadas na escola, pois são construções relativamente recentes e, é nesse contexto, que esse recurso tecnológico utilizado como espaço de circulação de imagens e representações sociais, propaga idéias, comportamentos e discurso, que são incorporados pelos adolescentes como hábitos diários.

#### **1.4 O ADOLESCENTE FRENTE AOS RECURSOS MIDIÁTICOS**

As reflexões sobre o papel das mídias nas sociedades contemporâneas e suas relações com a educação de adolescentes, não é um campo de investigação

novo. A relação entre educação comunicação e representação é bastante complexa. Uma pluralidade de meios educativos se apresentam para os jovens e educadores poderem fazer escolhas conscientes e apropriadas. Numa era da informação, os meios educativos se multiplicaram impregnando toda a cultura. A informação está generalizada e a cultura dominante em todas as esferas da vida social tornou-se perigosamente midiática. "Perigosamente" porque a tentação da sociedade atual é tornar-se espetáculo, entretenimento, modismo. Os meios passam a ser considerados como fins, usados mais para emitir comunicados, informações, do que realmente comunicar ou formar.

Mas, afinal: o que são mídias?

Para conceituar mídias, deve retorna-se ao vocábulo *media*, que em português significa meios, importado para nossa língua via inglês, com a aceção de meios de comunicação. Reproduzindo a pronúncia inglesa, o termo no Brasil é adaptado para mídia. A mídia é um termo utilizado em comunicação, enquanto meio de comunicação pela imagem, tal como as fotos, a tv, o cinema e a Internet. Nesta concepção incluem-se todas as manifestações culturais presentes no espaço público como novelas, filmes, programas, propagandas, sendo o modo de apropriação pelo qual o conteúdo midiático é socializado.

De acordo com Hall (1997, p.20), "vivemos em um tempo caracterizado por uma verdadeira revolução cultural, propiciada pelas forças que assumem no cotidiano da sociedade contemporânea, as distintas formas de comunicação e informação." Isto implica que, a mudança histórica que experimentamos hoje não pode ser entendida hoje, sem que se considere a centralidade da cultura, dos múltiplos processos de atribuição de sentido às práticas sociais no âmbito do amplo desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação.

Por conta disso, os espaços da mídia constituem-se como lugares de formação ao lado da escola, da família e das instituições religiosas. Assim, defende-se neste artigo que a tv, na condição de comunicação social ou de uma linguagem audiovisual específica, ou mesmo como simples eletrodoméstico manuseado por nós e pelos jovens, cujas imagens, cotidianamente se consome, tem participação decisiva na formação dos adolescentes, mais enfaticamente na própria constituição do sujeito contemporâneo. Fundamentando-se no conceito de dispositivo da sexualidade de Foucault (1990, p. 100) entende-se o dispositivo pedagógico da mídia como um aparato discursivo e ao mesmo tempo não-discursivo (toda complexa prática e produzir, veicular e consumir tv numa determinada sociedade,

num certo cenário social e político) a partir da qual haveria uma incitação ao discurso

sobre si mesmo; a revelação permanente de si, práticas que vem acompanhadas de uma produção e veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessos e aprendidos de ser e estar na cultura em que vivem; a que se considerar ainda o simultâneo reforço de controle e igualmente de resistências, em acordo com determinadas estratégias de poder e saber e que estão vivos e insistentemente presentes nesses processos de publicização da vida privada e da pedagogização midiática.

Para Foucault, "o sujeito é aquele que de alguma forma está submetido ao outro (por meio das relações de controle ou dependência) ou então a si mesmo, preso à sua própria identidade, mediante a prática do conhecimento de si." (FOUCAULT, 1995, p.235) O autor afirma que os "sujeitos sabem aquilo que eles fazem frequentemente sabem porque fazem, o que fazem, mas o que ignoram é o efeito produzido por aquilo que fazem." (p.206)

Desta forma, o sujeito está sempre de alguma forma submetido a relações de controle e dependência e permanentemente imerso em inúmeras práticas, nos diferentes espaços institucionais, em que é chamado a olhar para si mesmo, a conhecer-se, a construir para si verdades sobre si mesmo. Constituem-se em processos de subjetivação históricos, apreendidos nas diferentes dinâmicas de poder e saber e que não são definitivos, porque há neles fendas, possibilidades, interstícios, que podem facilitar o trabalho educativo na análise da influência da mídia para os adolescentes e as representações que os mesmos incorporam.

Partindo de Foucault (1995b, p. 45-94), sobre as formas de se produzir na tv o que ele chama de "uma volta sobre si mesmo" pode-se citar inúmeras técnicas de exposição dos jovens/sujeitos na tv, intermitentemente confessa-se a intimidade, os erros, desejos, mínimos detalhes da sexualidade, expõem-se as culpas, recebe-se dos apresentadores, locutores, artistas e modelos lições de moral, exemplos de vida, reflexão sobre o vivido, auto-avaliação, auto-decifração, auto-transformação. Atentando bem para o modo como são elaborados inúmeros produtos midiáticos, há um sem número de técnicas, através das quais se propõe a todos particularmente os adolescentes, fazer minuciosas operações sobre o corpo, modos de ser, atitudes, representações a serem incorporadas e praticadas no cotidiano.

Por outro lado, a linguagem televisiva, enfoca o máximo de acúmulo de imagens num mínimo tempo, o recurso insistente à repetição das imagens, sons,

metáforas, símbolos, a ausência de silêncios na narrativa televisiva, a eliminação dos matizes, a negação dos imprevistos estilísticos, a importância de associar a tv como lugar onde se diz "a verdade". É a informação didática, colocando os jovens na posição de quem deve ser diariamente ensinado, a caracterização da tv como locus da "verdade ao vivo" da "realidade", especialmente nas transmissões ao vivo e na busca de imagens que "reproduzam o real", mesmo em comerciais e telenovelas. São questões que apontam para a necessidade que o trabalho educativo realize um mergulho no complexo universo da produção destas significações. Mesmo com o advento do computador, a escola, enquanto instituição socializadora das novas gerações compete com as telas de tv presentes na grande maioria dos lares brasileiros. Cabe ressaltar, que na sociedade brasileira, enquanto país em desenvolvimento, parte de sua população juvenil sequer tem acesso a instituição escolar, tendo, portanto, a televisão como única escola.

No Brasil, a tv funciona como uma espécie de "escola paralela", assistida e frequentada pela quase totalidade de jovens de várias idades e todas as classes sociais, muitas vezes representando a única escola para aqueles milhões de jovens não-escolarizados. Contemporaneamente, a tv desempenha um papel muito importante na dimensão semântica do processo de socialização fornecendo as significações e preenchendo o universo simbólico da juventude. Neste sentido, o ensinamento que difere da tradição, é aquele em que a experiência afasta-se da narrativa e aproxima-se da repetição apócrifa e destituída de autoria e estilo... Na qual nomes, datas, corpos, idéias e representações são sinônimos, produto de poder e manifestações utilizados simbolicamente pelos grupos hegemônicos para povoar o imaginário juvenil.

### **1.5 REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E SUAS FUNÇÕES NA MEMÓRIA JUVENIL**

A representação social é uma forma de conhecimento prático de senso comum que circula na sociedade e é constituída de conceitos, imagens, ideias que os atores sociais incorporam em seu cotidiano. Observando como a mídia influencia a construção social da realidade, entre a juventude, é necessário explorar o conceito de representações sociais. De acordo com Oliveira e Werba (1998, p. 105):

As representações sociais são "teorias" sobre saberes populares e do senso comum, elaboradas e partilhadas coletivamente, com finalidade de construir e interpretar o real. Por serem dinâmicas,



levam os indivíduos a produzir comportamentos e interações com o meio que, sem dúvida, modificam os dois.

O desenvolvimento humano é um processo que ocorre através de interações estabelecidas com seus pares, nas quais os adolescentes também desempenham um papel ativo. As relações sociais e interpessoais que se criam são continuamente construídas a partir de ações partilhadas e interdependentes estabelecidas socialmente. Minayo (1999, p. 9 -11), define as representações sociais como

senso comum, imagens, concepções e visão de mundo que os atores sociais possuem sobre a realidade. São sistemas de interpretação que regem a relação dos sujeitos com o mundo e com os outros, podendo ser produtos tanto de idéias socialmente reproduzidas quanto de modificações ocorridas por interações históricas e sociais.

Essas representações são encontradas tanto na cultura quanto na cognição, e para os indivíduos, configuram-se de figuras, ideias e expressões socializadas, frutos da vivência das contradições que permeiam o dia-a-dia da juventude de diferentes representações sociais. São também resultado do conteúdo psíquico, da individualidade de cada um, que interpreta as figuras e expressões socializadas, segundo seu próprio potencial. São ao mesmo tempo: ilusórias, contraditórias e verdadeiras; imprescindíveis na análise do social e também para ação pedagógica-política de transformação. De acordo com Moscovici (2003, p. 35) "nenhuma mente está livre dos efeitos dos condicionamentos anteriores que lhe são impostos por suas representações, linguagem ou cultura." Tais convenções são inconscientes e dificilmente os adolescentes têm noção delas, tendendo a ver deste modo o mundo representado como o natural, a realidade única, a verdade por excelência.

As representações sociais e as imagens veiculadas pela mídia, referem-se aos sistemas de significação que criam e fazem encarnar nos corpos e no imaginário dos jovens, identidades e diferenças que nomeadas por esses sujeitos, ressignificam o seu cotidiano e, em contrapartida, constroem práticas sociais que induzem a mudanças na memória da sociedade. As imagens veiculadas pela televisão, os filmes e vídeos, as novelas, os programas são textos, ideias, que subordinam e governam a vontade, fabricam identidades aos adolescentes e os aprimoram em significados e representações. Com isto, argumentamos que os jovens são contemporaneamente e internamente produzidos e marcados pelo cultural, de maneira evidente. Quando algo é descrito, em uma narrativa ou discurso, cria-se a linguagem, produzindo uma "realidade", uma representação e "saberes" são

construídos. Analisando o poder simbólico das representações na subjetividade dos jovens, Jodelet (1998, p. 43-44), afirma que:

Certamente existem representações que nos tocam inteiramente ou as que "atravessam" os indivíduos. Aquelas que: impõem uma ideologia dominante, ou aquelas que são ligadas a uma condição definida no seio da estrutura social. mas neste caso, a partilha implica numa dinâmica social que leva em conta a especificidade das representações.

À escola, implica em inserir os educandos em um contexto que coloque a educação midiática como via de acesso ao desenvolvimento humano e social, através de ações sociais conscientes e consistentes, alfabetizando para o uso crítico dos meios de comunicação.

Sob uma perspectiva histórica, os meios de comunicação, de acordo com Strasburger (1999, p. 13) "representavam uma ameaça potencial à sociedade." Qualquer coisa nova que capte a imaginação dos adolescentes e os levem a desobedecer as tradições dos mais velhos, certamente é limitadora.

A televisão é uma mídia poderosa, e os jovens são singularmente suscetíveis a ela. Na experiência dos adolescentes com os objetos artísticos ou, mais amplamente, com os diferentes artefatos culturais – filmes, pinturas, esculturas, peças de teatro, programas de tv como novelas, documentários – especialmente aqueles que tomam por completo o "olhar", diz respeito a um aprendizado muito específico de "olhar" também "aquilo que se olha", de "pensar" a partir do que é "visto", de "tomar" para "si" o que "alguém pensou" e que tornou de alguma forma, visível, "público". Visível, num sentido amplo, que inclui não só o que foi eletronicamente produzido e captado pelos aparelhos de tv nos domicílios, mas igualmente o conjunto de significações construídas por essas imagens, sons e textos. A tv opera como uma espécie de processador daquilo que ocorre no tecido social de tal forma que "tudo" deve passar por "ela".

Muitos estudos têm demonstrado a capacidade da tv em transmitir informações e moldar atitudes sociais, além de influenciar as percepções dos expectadores sobre o que constitui "o mundo real" e o comportamento social.

## **2 EDUCAR COM A TELEVISÃO? É POSSÍVEL!!**

Os educadores como telespectadores fazem parte do imenso público receptor da programação televisiva disponível e raramente colocamos em prática uma

atenção direcionada para a qualidade do que é veiculado por esse meio de comunicação, que também é consumido pelos nossos jovens. Em princípio precisa-se observar como é nosso comportamento habitual diante da tv diariamente. Na verdade é uma "relação bem superficial". Televisor ligado rotineiramente, quase sempre os mesmos programas, assistidos em meio a telefonemas, conversas, tarefas domésticas. Grande fartura de mensagens comerciais, entremeadas por programas de informação e de entretenimento... Quem não conhece? Tem-se consciência do impacto que a televisão, como mídia, produz sobre múltiplas facetas da vida contemporânea, da utilização intensa da linguagem audiovisual ter se tornado, talvez, o fato cultural mais marcante e onipresente das últimas décadas do século XX.

Um fenômeno irreversível, poderoso irradiador de influência, impossível de ser bem compreendido fora de seu contexto social, econômico, político e tecnológico, caracterizado por crescente complexidade de fatores e aceleração de mudanças. E, nesta conjuntura, cabem as seguintes questões: Como a juventude recebe e reage frente a esse processo tão dominador? Que permanências e mudanças, esse meio mantém e provoca entre os adolescentes? Que estratégias representacionais são acionadas para construir, via mídia televisiva, visões de senso comum que dominam as identificações e identidades dos jovens brasileiros? São questões pontuais que precisamos compreender, pois os adolescentes vivenciam essa realidade presente em casa, no trabalho, na escola e na sociedade. Assim, educar com a televisão, consiste em introduzir nas escolas um processo de aprendizagem de leitura e análise de comerciais, programas de tv, filmes e obras videográficas destinados aos jovens.

Possibilita assim, aprender bastante sobre como ela é isenta, ou seja, como se dão as etapas de criação, produção e edição de cada imagem, seja ela um comercial, um telejornal, um filme, um programa de auditório ou um capítulo de novela. Uma leitura mais qualificada, permite-nos dar conta de que na televisão, nada é simples: mais e mais se tornam fluidos, por exemplo, as interfaces entre a informação, a ficção, a publicidade comercial, a propaganda. Mais e mais se tornam complexas questões como a veracidade da informação e a qualidade dos programações: nada é inocente.

### **3 IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO**

Na proposta de implementação do PDE 2009, decidiu-se investigar representações sociais que adolescentes incorporam da mídia televisiva, como subsídio de análise e produção do material didático que apresentou algumas discussões a respeito do tema através de um caderno pedagógico. Trabalhar com a representação da adolescência através da mídia televisiva, surgiu como uma questão pontual porque depara-se com essa situação no ambiente escolar e configura um tema a ser debatido no interior da escola.

Na construção do material didático (caderno pedagógico) constaram além da fundamentação teórica, sugestões de textos, leituras e oficinas, buscando problematizar o uso da tv pelos educandos; atividade que podem ser utilizados no ambiente escolar no intuito de motivar a consciência crítica e reflexiva da juventude.

### **3.1 GTR: TROCANDO EXPERIÊNCIAS NO AMBIENTE VIRTUAL**

O Programa de Desenvolvimento Educacional – PDE, visando integrar às atividades de Formação Continuada em Educação/SEED-PR, oportuniza aos docentes da rede pública estadual subsídios teórico-metodológicos para o desenvolvimento de ações educacionais sistematizadas, buscando a ressignificação de sua prática pedagógica.

Por essa razão, os Grupos de Trabalho em Rede – GTR constituem uma atividade do PDE e destacam-se pela interação virtual entre o professor PDE e docentes da Rede Pública Estadual objetivando efetuar o processo de Formação Continuada já em curso promovido pela SEED/PDE.

O GTR – Grupo de Trabalho em Rede, possibilita a integração e a interação do docente PDE com os docentes da rede pública, via encontros virtuais para discussão das temáticas da área de formação e/ou de atuação. Desse modo, os cursistas podem estabelecer relações teórico/práticas em sua área de conhecimento, visando ao enriquecimento didático-pedagógico através de leituras, reflexões, fórum de discussão e intercâmbio de experiências.

A Plataforma Moodle, onde constava o GTR-2008 estabelecia seis módulos, entre os quais os primeiros diziam respeito a apresentação dos cursistas e ambientação na plataforma. A partir do módulo três foi postado o objeto de estudo, intitulado "O papel da mídia na representação social do adolescente".

Na leitura das colocações postadas pelos cursistas, verificou-se que demonstraram muito interesse e entusiasmo pelo tema visto que são incipientes as discussões a esse respeito. "(...) Acredito que é desenvolvendo projetos assim que

estaremos contribuindo na formação intelectual e reflexiva dos jovens." (Professor 01, 11 de dezembro de 2008)

Complementando a segunda cursista afirmou, "(...) A presença da mídia na vida dos adolescentes é preocupante. (...) Os teóricos citados dão suporte para fundamentação e as idéias norteiam o projeto e podem servir de solução para os problemas encontrados no ambiente escolar." (Professor 02, 09 de dezembro de 2008)

O projeto de implementação e partes do Caderno Pedagógico que constituía o material didático foram disponibilizados nos módulos quatro e cinco, os quais passaram a ser analisados, discutidos e transformaram-se em objeto de várias reflexões por parte dos cursistas no tocante a influência e as representações que os adolescentes estão sujeitos via mídia televisiva. As docentes consideraram necessário trazer essa discussão entre os professores da rede, porque deparam-se com essas questões no dia-a-dia na escola e nem sempre procura-se analisar essa situação devidamente.

Os depoimentos dos cursistas demonstram a necessidade de incorporar esse tema no currículo, "(...) Através de uma metodologia diferenciada o professor poderá usar a tv de maneira que propicie uma formação consciente, orientando os alunos para que fiquem mais atentos aquilo que a tv passa em termos de representação." (Professor 01, 13 de abril de 2009)

"A produção didática proposta pela Professora Claudia poderá ser utilizada nas escolas pois apresenta sugestões de diversas atividades. É viável e se apresenta propondo medidas para solucionar problemas envolvendo adolescentes no dia-a-dia escolar." (Professor 02, 26 de março de 2009)

Diante do exposto observou-se que o projeto, o caderno pedagógico e a proposta de implementação foram muito bem aceitos e contribuem teoricamente, enriquecendo as discussões, pois os educandos necessitam ser alfabetizados midiaticamente. E essa é também a função da escola: norteada pelos teóricos e pelas experiências trocadas com os demais professores da rede estadual, buscar soluções através da análise da mídia televisiva, para o bom uso desse recurso tecnológico, como instrumento informativo, formativo e educativo.

### **3.2 ATIVIDADES APLICADAS NA IMPLEMENTAÇÃO DO PROJETO**

Visando iniciar o rol de atividades que oportunizasse desenvolver a capacidade de análise e a consciência crítica dos adolescentes, frente aos programas veiculados pela tv, foram desenvolvidas as seguintes atividades:

### **I Apresentação e justificativa do projeto para os adolescentes**

Após a explanação do projeto, percebeu-se que houve ótima aceitação por parte dos alunos, se propuseram a iniciar imediatamente as discussões sobre as representações que os mesmos e seus colegas incorporam da televisão.

### **II Entrevistas: o perfil do aluno: mídia e tv**

Inicialmente foram propostas duas entrevistas: a primeira entrevista visava levantar dados e informações acerca do que os adolescentes (trinta e seis alunos da 8ª A do colégio enfocado) pensam e entendem sobre adolescência, representação social e tv. Baseando-se nos dados coletados nas entrevistas aplicadas entre alunos da 8ª série A, registrou-se um elevado consumo da mídia televisiva por parte dos alunos inquiridos, cujas variáveis contemplam diferenças de idade, sexo e gênero. Por outro lado, verificou-se que a maioria tem toda a tarde livre e está exposta a influência da tv, seja via filmes ou novelas, sendo portanto, "educados" pela mídia televisiva, absorvendo em linhas gerais, idéias, costumes, "*o modo vivendi*" da sociedade.

Observou-se com essa enquete que certa parcela dos alunos assiste tv a tarde toda, por isso estão sujeitos a midiatização dos filmes e das novelas, constatando, portanto, um elevado consumo da matéria televisiva por parte dos alunos investigados e concluiu-se em linhas gerais que estão incorporando as idéias veiculadas pela televisão.

### **III Pesquisas: O que é adolescência para você?**

#### **Como a tv influencia os jovens?**

Na sequência das atividades, como terceira tarefa, foi proposto que os alunos pesquisassem: O que é adolescência? Há influência da tv na adolescência?

De modo geral, os educandos concluíram que a adolescência é uma fase de transformações físicas, biológicas e sócio-emocionais. Seguem abaixo alguns depoimentos entregues por escrito:

As transformações da adolescência, acontecem de um jeito único para cada pessoa. Elas dependem das características familiares,

culturais e educacionais. Mas, sem dúvida, esse momento é para todos muito importante. "o de aprender a caminhar com as próprias pernas e tomar decisões." (Alunos C e D)

(...) E em meio a tantos sentimentos diferentes emerge a mídia, a tv, a Internet, os vídeo-games, e a tecnologia digital, com telas coloridas, sinalizando a modernidade e o futuro. E o jovem se vê exposto a tudo isso. (Alunos E, F e G)

O fato não é apenas que os jovens são fáceis de influenciar, mas que a forma em que as idéias do que é moda parece ser bom ou ruim, que a mídia televisiva transmite é muito convincente. (Alunos H, I e J)

Analisando as colocações acima, entende-se que os adolescentes neste período da vida, quando estão numa fase de transição entre a vida infantil e a adulta, tornam-se um alvo desejado pelos meios de comunicação, particularmente a tv. É pois, necessário, discutir com os jovens o conteúdo transmitido na televisão, lembrando que a programação brasileira de tv dispõe de bons e maus programas. A escola deve ser mediadora neste contexto, abrindo discussões, que nas quais a televisão pode ser usadas como recurso educativo.

Após a análise dessas duas pesquisas e dos dados coletados observou-se que os adolescentes entendem o que é adolescência, têm consciência das representações que a televisão veicula e posicionam-se criticamente contra o seu uso enquanto mero reforçador e massificador da juventude. Sugeriram que esse recurso tecnológico seja usado de forma crítica, educativa e consciente. Nos dados coletados, os alunos emitiram sua opinião sobre as representações que a televisão veicula e mostraram-se críticos quanto à utilização deste recurso como reforçador e massificador dos jovens. Porém, sugeriram que a tv como meio de comunicação de massa deve ser aproveitado no processo educativo, a partir de um olhar mais crítico e mais consciente.

#### **IV Análise de filmes, novelas, propagandas, comerciais e músicas**

Enriquecendo as atividades propostas, sugeriu-se a análise proposta pelo professor Marcos Napolitano, na obra "Como usar o cinema em sala de aula". Como contempla um roteiro para análise de filmes, especialmente pode ser aplicada à programação da Tv, como: nas músicas, novelas, comerciais. Neste sentido, foi utilizada para analisar categorias apresentadas pela mídia televisiva, procurando focar público, época/ano, intenções, mensagens, comportamentos, gênero e interesses mercadológicos.

## **V Resultados gerais sobre as preferências e categorias televisivas analisadas pelos alunos: filmes, novelas, comerciais e músicas.**

Na análise dos dados obtidos, conclui-se que os adolescentes são um alvo cobiçado pelos comerciais, filmes, novelas, programas para a juventude, músicas contemporâneas e roupas da moda são populares entre a juventude na segunda metade do século XX. Da mesma forma, a propaganda ou comercial, utiliza a imagem do próprio adolescente para vender seus produtos, buscando mostrar a ideia de jovialidade, mudança e independência. A tv é comunicação, nela são mostrados todos os tipos de ideias que permeiam o mundo. É através dela que conhecemos culturas diversas, formas de pensar e nos informarmos. Diariamente os jovens recebem informações e representações da telinha.

Mas, o que a Tv precisa é ressaltar que também tem bons programas para serem veiculados. A pergunta que se faz é: Qual o papel da tv na formação da juventude? Vilão ou mocinho? Esta questão é bastante polêmica, pois muitas vezes, as cenas de filmes e novelas transmitidas pela tv, são responsáveis pela banalização da violência, erotização precoce dos jovens e abusivo apelo ao consumo de produtos em comerciais e propagandas. Assim, é necessário trabalhar essa influência da telinha sobre os adolescentes.

Sendo a tv formadora de opinião, de comportamentos e de sujeitos, ela reúne a velocidade com a informação ao fascínio de suas imagens e ainda integra todas as regiões do país conectando-o com o mundo; portanto, é importante que a escola eduque para seu uso responsável. Na análise de novelas e programas como Malhação, notadamente, observou-se que todos os jovens têm atores preferidos que, na sua maioria, compõem o elenco de determinadas séries televisivas, como a novela "Caminhos das Índias", que discute o sistema de castas hindu, o núcleo urbano carioca, de classe média que envolve jovens que mostram um desvio de comportamento violento, questões como doenças, tais como a esquizofrenia, o preconceito e a negação destes problemas por parte da sociedade, em especial das famílias.

Buscando perceber o que os jovens valorizam num personagem, foi possível constatar a importância da beleza física e de valores morais. A maioria dos alunos pesquisados afirmou não se identificar com ator/atriz preferido (a), embora considerem na sua generalidade, que tendem a imitar e incorporar representações de seus atores prediletos. Portanto, os resultados alcançados, sugerem que a



televisão ao transmitir filmes, novelas, comerciais e músicas, exercem uma forte influência no desenvolvimento sócio-emocional da juventude, normalmente quanto à beleza, na apreciação das personagens televisivas, no tratamento dado às questões e problemas sociais e ainda na crescente procura pela autonomia, demonstrando o progressivo afastamento face à família e o surgimento de preocupações de caráter moral e reivindicativo, traduzindo-se na individualização do consumo televisivo.

## **VI A invenção de The Simpsons alusão ao cotidiano**

Foram analisados episódios que compõem a série de desenhos animados e o filme *The Simpsons Movies*. Os resultados obtidos pelos alunos, dão conta que o roteirista busca dialogar com temas contemporâneos que compõem o contexto das sociedades ocidentais, apesar da família Simpson ser muito diferente, diversa das famílias com as quais no deparamos diariamente.

Aprofundando a pesquisa, os educandos constataram que, de olho no mercado e no consumo, muitos produtos ligados à franquia *The Simpsons* foram lançados com a família estampando de camisetas até pôsteres. A família Simpson inspirou versões de jogos de tabuleiro como Banco Imobiliário, Detetive Scrabble e Jogo da Vida, além de cartões da *Wizards of the coast*. Visando lucros entre consumidores jovens, no mercado capitalista, produziram materiais em papel em torno da série como: livros, cuja edição discute temas como psicologia, filosofia, política, religião, relações sociais e questões envolvendo o mundo contemporâneo, a partir dos desenhos de Matt Groening, revistas em quadrinhos, calendários e afins com histórias dos personagens, geralmente publicados pelos criadores ou detentores dos direitos autorais da marca.

Diante do exposto, na análise metodológica do filme *The Simpsons*, constatou-se que os alunos demonstraram usar de criticidade na análise dos episódios, contextualizando com questões pontuais como a banalização da violência e a exposição juvenil à erotização dos programas de Tv, que permeiam o cotidiano recente da sociedade brasileira e em contrapartida ressaltam que a telinha deve servir de recurso tecnológico e educativo para discutir o contexto político e sócio econômico da clientela escolar.

## **VII Teatro: Adolescência sob a ótica dos adolescentes: Uma arma foi morar lá em casa**

Na organização desta ação, foi construído um roteiro para teatro pela professora com ajuda dos alunos, com subsídios fornecidos por eles, construção de falas e análise da influência da Tv no cotidiano da família mais particularmente dos jovens. A fala, do seu Leopoldo (vovô), esclarece os benefícios ou não do uso da tv:

"Isto é uma arma... e como toda arma pode nos matar ou nos defender... O erro está aqui... o que se clica... o botão que se aperta... o que se assiste... Isto pode matar uma vida ou encaminhá-la para um futuro melhor".

"Eu não sou contra o progresso que educa, encaminha, realiza. Eu sou contra o tipo de progresso que destrói com a moral, desequilibra a personalidade do jovem que ainda está em formação. Será que vocês não percebem de que tipo de arma eu estou falando? Pois que esta arma fique conosco meu filho, que ela também faça parte da nossa família, nos guiando para o bem, nos orientando para decisões certas, para atitudes corretas. Que esta arma que veio morar aqui em nossa casa seja uma arma que nos defenda do mal e nos traga a harmonia e a união que sempre houve em nossa família."

### **VIII Palestra: Como ser jovem hoje?**

A palestra, proferida pela professora Maria do Rocio Caminski, de Língua Portuguesa, visou discutir com os alunos a vivência deles, buscando melhor orientá-los nos seus enfrentamentos cotidianos.

A professora, utilizando da linguagem informal, discutiu com eles pontos fundamentais como: relação entre pais e filhos, gravidez na adolescência, violência, uso de drogas e modelos propagados pela mídia televisiva. Discorreu sobre a necessidade dos adolescentes analisarem o que é veiculado pela mídia como produto necessário para ser aceito pelo grupo e os riscos desta aceitação e a importância de saberem usar do bom senso e da consciência crítica.

### **IX Exposição de painéis e cartazes**

Finalizando as atividades de implementação, foram montados painéis e cartazes, com os objetivos e destacando a importância da implementação deste projeto, visto que diz respeito a questões da adolescência, sob a influência das representações da televisão.

Nesse sentido, o objetivo desta ação era atingir o maior público possível de jovens dentro da escola, visto que todos necessitam serem alfabetizados midiaticamente.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por maior que seja a presença dos meios de comunicação na experiência cotidiana dos adolescentes, mesmo que esta invasão defina os contornos de uma nova cultura, de novas relações sociais, novos modos de representar e perceber a realidade, ainda assim os avanços no campo da educação, sobretudo avanços metodológicos são lentos e, em muitas vezes, em descompasso com as mudanças culturais. Analisando as situações em que os alunos podem escolher, o interesse pela mídia-educação é alarmante e crescente. Porém, institucionalmente e com relação as mudanças necessárias ao currículo, pouco se avançou em termos práticos até o presente. E esta situação precisa mudar! Mas, depende também de nós, enquanto educadores! Este artigo pode ser uma contribuição modesta, mas assumirmos nossos limites e a necessidade de avançar neste caminho é premente.

Não há dúvidas de que a televisão é um lugar privilegiado de aprendizagens diversas: os adolescentes aprendem com ela, desde formas de olhar, entender e tratar o corpo, até modos de estabelecer e de compreender diferenças de gênero (isto é, de como "são" ou "devem ser" homens e mulheres), diferenças políticas, econômicas, étnicas, sociais, geracionais. As profundas alterações naquilo que hoje compreende-se como "público" ou "privado", igualmente tem um tipo de visibilidade especial no espaço da televisão. São modos de existência narrados através de sons e imagens, que tem uma participação significativa na vida das pessoas, da juventude, uma vez que de alguma maneira pautam, orientam, interpelam o cotidiano dos jovens brasileiros, ou seja, participam da produção de sua identidade individual e cultural, reforçando "tradições inventadas" ou criando "costumes" que operam sobre a constituição de sua subjetividade.

Finalizando, no decorrer do artigo, procurou-se discutir questões relevantes, com as quais depara-se, buscando uma forma diferenciada de provocar um novo olhar para a tv nos professores, e que são suspeitas que podem resultar em outras novas possibilidades de leitura sobre as representações da adolescência que também podem ser compartilhadas, partindo do pressuposto que a imagem inventada tem uma existência durável e material, pode ser circulável, reproduzida, vista, citada e transmitida de várias maneiras, nem pretendidas, nem previstas.

Neste sentido, a escola pode desempenhar um papel estratégico como espaço cultural crítico em que sejam mediados, ressignificados os conteúdos

veiculados pela mídia televisiva, pois a desconstrução da representação do sujeito (jovens) é um trabalho que não se faz de uma vez, mas por uma série de aproximações, desconstrói-se pouco a pouco... E instrumentalizar os adolescentes para que façam suas próprias construções.

## 5 REFERÊNCIAS

- BHABHA, H. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Trad. Fernando Tomaz. Lisboa/Portugal: Difusão Editorial (DIFEL), 1989.
- BRANDÃO, C. R. **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- FASCIANI, R. Novas tecnologias, mass média e relações afetivas. In: PELUSO, A. **Informática e afetividade: a evolução tecnológica condicionará nossos sentimentos?** Bauru: Eduse, 1998. p. 119.
- FOUCAULT, M. **História da sexualidade I: a vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1990.
- \_\_\_\_\_. **História da sexualidade III: o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 1995.
- \_\_\_\_\_. Tecnologia del yo. In: DREYFUSS, H.; RABINOW, P. **Tecnologías del yo e otros textos afines**. Barcelona: Paidós/Universidad autonoma de Barcelona, 1995. p. 235.
- \_\_\_\_\_. O sujeito e o poder. In: DREYFUSS, H.; RABINOW, P. **Uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense, 1995. p. 45-94.
- GIDDENS, A. As conseqüências da Modernidade. In: **O mundo em descontrole: o que a globalização está fazendo de nós**. Trad. Maria Luíza Borges. Rio de Janeiro: Record, 2000. p. 47-60.
- HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções do nosso tempo. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, 1997. p. 58.
- \_\_\_\_\_. **Identidades culturais na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997. p. 15
- HOBSBAWM, E.; RANGER, T. **A invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- JODELET, D. **Representações sociais**. Um domínio em expansão. Tradução: RANZI, S. F., Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.
- KNOBEL, M. A síndrome da adolescência normal. In: ABERAUSTURY, A.; KNOBEL, M. **Adolescência normal: um enfoque psicanalítico**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1992. p. 111.
- MINAYO, M. C. S. **Violência contra a mulher: problema de saúde pública**. Disponível em [www.fiocruz.br/ccs/mulher.htm](http://www.fiocruz.br/ccs/mulher.htm). Acessado em 05 de agosto de 2009.
- MOSCOVICI, S. O fenômeno das representações sociais. In: **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 35
- NAPOLITANO, M. **Como usar o cinema na sala de aula**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- OLIVEIRA, F.; WERBA, G. Representações sociais. In: STREY, M.N. et all. **Psicologia social contemporânea: livro-texto**. Petrópolis: Vozes, 1998. p. 105.
- SANT'ANNA, D. D. O corpo entre antigas e novas referências. **Cadernos Subjetividade**. Vol. 5, nº 02. São Paulo, dez/1997. p. 275-284.

SARDILLI, S.; CANTAFIO, L. Do Gódm aos autômatos modernos. In: TIBA, I. **Adolescentes: quem ama, educa!** São Paulo: Integrare, 2005. p. 137.

STRASBURGER, V. C. **Os adolescentes e a mídia.** Impacto Psicológico. Porto Alegre: Artmed, 1999.

TIBA, I. **Adolescentes: quem ama, educa.** São Paulo: Integrare, 2006.