

Prefácio

Qual a importância de um estudo de caso, para além do interesse específico suscitado por aquilo de que ele trata? Qual é o seu prazo de validade, considerando o retrato geralmente datado que ele promove do seu objeto? Que aspectos tornam relevante uma pesquisa como esta, desenvolvida por Cirlene Cristina de Sousa, sobre um programa de televisão bastante conhecido, *Malhação*, destinado a um público jovem, e que, em princípio, não parece provocar nem grandes surpresas nem grandes problemas?

Antes de responder a essas questões (ou para respondê-las), gostaria de retomar a discussão da natureza do objeto comunicativo, bem como falar da abordagem comunicacional por nós adotada no âmbito do Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS)¹, onde a pesquisa aqui apre-

¹ Grupo de Pesquisa do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, que se dedica aos estudos das práticas comunicativas, buscando compreender a inserção e a dinâmica das imagens e das representações na configuração dos diferentes modos de relacionamento e convivência social.

sentada foi empreendida. A comunicação, todos sabemos, está entranhada na vida social, e presente em todos os seus recônditos; nenhuma prática social se realiza sem a presença da comunicação, sem um revestimento discursivo, sem o uso da linguagem.

Quando olhamos, portanto, para o terreno do empírico, para os objetos do mundo, não encontramos objetos comunicativos ao lado de outros que não o são. Na nossa vida cotidiana, a comunicação atravessa todas as nossas práticas, e se faz presente em todos os momentos. Um programa de televisão constitui uma prática comunicativa, assim como uma conversa cotidiana, uma consulta médica, um (des)entendimento entre pai e filho. Mas qualquer um desses exemplos apenas se constituirá como "objeto comunicativo" se submetido a um olhar comunicacional, a uma leitura da maneira como aquela prática se reveste e se realiza enquanto prática *de comunicação*. Esse olhar é aquele que investiga a sua natureza de interação mediada simbolicamente; que atenta para a relação entre interlocutores, realizada através do uso da linguagem, da produção discursiva, instaurando uma dinâmica de sentido, criando significações, posicionando e reposicionando os sujeitos nela envolvidos. Ou seja, é uma abordagem que atenta para a afetação mútua que marca a comunicação, entendida como uma interação estabelecida entre esses sujeitos através dos gestos significantes produzidos nesse processo, como destaca George H. Mead.²

2 MEAD, George-Herbert. *L'esprit, le soi et la société*. Paris: PUF, 2006.

Analisar um objeto comunicativo, portanto, não se resume a apresentar ou descrever um evento, um programa, mas implica o trabalho de apreender a dinâmica comunicativa que ali se desenvolve. Este objeto, assim, não se encontra pronto; ele é desvelado pelo olhar. E ele é muito mais do que um objeto pontual e recortado, mas compreende antes um processo, um momento de uma dinâmica mais ampla através da qual a sociedade vai se constituindo. A vida social é o desenrolar de múltiplas cenas, resultado da ação e do desempenho de infinitos atores. A abordagem comunicacional-educativa busca radiografar essas cenas e revelar, para além do conteúdo específico de cada uma delas, as questões, os valores, os papéis que são acionados. Em outras palavras, ela focaliza nossa realidade, nosso mundo no processo lento e miúdo de ser dito e de se fazer.

Dessa maneira, a análise de um programa televisivo – no caso, a análise de *Malhação* –, tratando do programa, ultrapassa-o, buscando identificar o que ele dá a ver, que terreno ele explora, que questões ele coloca em cena. Na visão de alguns, televisão e sociedade se encontram em lados distintos – uma influenciando ou sendo influenciada pela outra. Nós nos afastamos dessa perspectiva dicotômica, que separa a mídia do mundo que ela pronuncia. Entendemos que um discurso, qualquer que seja, não é propriedade daquele que o profere, mas é partilhado por aqueles dentre os quais ele circula, como destaca Mikhail Bakhtin: “a palavra é uma espécie de ponte lançada entre mim e os outros. Se ela se apoia

sobre mim numa extremidade, na outra apoia-se sobre o meu interlocutor. A palavra é o território comum do locutor e do interlocutor”.³ Assim, quando nos dirigimos a alguém, nossa palavra tanto é nossa quanto daquele a quem ela se dirige e em função de quem ela se constrói.

Essa perspectiva se aplica inicialmente, e de forma mais explícita, ao terreno das interações interpessoais; o mesmo raciocínio, no entanto, guardadas as especificidades, se aplica à comunicação realizada à distância, através dos meios de comunicação. Numa outra escala, a comunicação midiática (e a televisiva entre elas) é também uma interação que se estabelece entre a produção e o público que ela institui, uma interlocução que se realiza em torno daquilo que ela veicula. A matéria prima a partir da qual essa interlocução se dá – as questões, os anseios, os valores, os padrões de relacionamento – não é prerrogativa apenas do veículo (da televisão): ela é também modulada pelo público que dela participa, e se inscreve num universo cultural comum. Esta é a condição para que a comunicação se realize, e mais: é desta maneira que tal universo comum se constitui, perdura, se modifica.

Posso então responder à primeira indagação, sobre a importância de um estudo de caso, e deste estudo sobre o programa *Malhação* e os jovens de Periferia.⁴ Este trabalho nos fala, sim,

3 BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 11ª ed. São Paulo: Hucitec, 2004, p. 113.

4 Periferia localizada no município de Ribeirão das Neves (Região Metropolitana de Belo Horizonte).

sobre o programa e sobre a emissora, mas nos apresenta, sobretudo, um discurso e um panorama sobre as juventudes brasileiras hoje, sobre relacionamentos juvenis, sobre a relação jovem-escola, sobre valores e padrões de sociabilidade que têm validade social entre nós. Este discurso não é (apenas) da Rede Globo; ele é repercutido por ela, pelo lugar de fala privilegiado que ela ocupa. Porém, através dela, ele toma forma como um discurso da sociedade. Da mesma forma, as falas dos jovens pesquisados, a maneira como vivem sua condição de jovem e como dialogam com as questões trazidas/tratadas pelo programa são resultado de sua vivência e da interação que estabelecem com os produtos midiáticos, com a experiência de outros jovens que se tornam disponíveis através dos relatos veiculados pelas redes de informação, por seu diálogo entre si e com o Outro – aí entendidos a mídia, a Rede Globo, o programa *Malhação*. Este, por sua vez, certamente reflete e tem muito a ver com a vivência real desses e outros jovens brasileiros.

Quanto à segunda questão, à atualidade de um estudo que radiografa um determinado momento, quero apontar, para além do retrato brasileiro que o programa nos apresenta – e que sim, é datado; a sociedade está em permanente mudança, bem como a mídia que a pronuncia – a contribuição metodológica desta pesquisa. A comunicação, como ressaltado acima, é um processo, uma dinâmica, o entrelaçamento de vários elementos: interlocutores que se relacionam e se posicionam, discursos que se cristalizam, sentidos que são produzidos.

Tudo isto inserido contextualmente. Isolar e trabalhar separadamente cada um desses elementos significaria o estilhaçamento de algo que existe enquanto globalidade; seria contrariar a natureza mesma do objeto comunicativo.

Buscando superar esse risco, a metodologia adotada neste estudo procura distinguir e fazer dialogar as diferentes instâncias que o compõem, de maneira a reconfigurar o movimento e a complexidade que caracterizam os processos comunicativos. Assim é que uma discussão sobre condição juvenil, bem como sobre televisão e programas destinados aos jovens no Brasil traça o pano de fundo a partir do qual se situam as tramas e questões tratadas pelos 51 programas analisados, e se posicionam os jovens falando de como vivem sua juventude na periferia, como se inserem no cotidiano escolar, como dialogam com as histórias narradas por *Malhação*.

Dessa maneira, o estudo se constitui também como um exercício metodológico, a experimentação de um desenho e de um percurso que poderá servir a outras iniciativas. E se o retrato é, num certo sentido, datado – a pesquisadora descreve programas e entrevistas que aconteceram num determinado momento –, sua atualidade permanece na dinâmica que ele empreende ao flagrar, no objeto, suas marcas temporais e contextuais. Mais do que as características dos episódios descritos, e de opiniões emitidas num certo momento, é o entrelaçamento entre programa

e opiniões, entre perspectivas indicadas no programa e os posicionamentos adotados pelos jovens que se mostram reveladores de um contexto e de uma forma como mídia e vida social se entrelaçam.

Finalmente, gostaria de apresentar a autora deste livro. Cirlene já foi minha orientanda no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social e continua trabalhando conosco, como pesquisadora. Sua bagagem inclui sua formação acadêmica em história, comunicação, educação; seu trabalho de educadora em escolas públicas, privadas e hoje professora da UEMG; mas, acima de tudo, sua vivência, seu compromisso social, sua proximidade com uma juventude na qual ela aposta e acredita.

Vera Regina Veiga França

Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFMG e fundadora e pesquisadora do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da FAFICH/UFMG).