

**TACIANA VALÉRIA SILVA DE MELO**

**“O EU A PARTIR DO OUTRO”**

**A CONCEPÇÃO DE DESIGUALDADE SOCIAL ELABORADA POR  
ADOLESCENTES DA CLASSE POPULAR DE RECIFE A PARTIR DA**



**RECIFE, PE**

**2006**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO UFPE  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS CFCH  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

**TACIANA VALÉRIA SILVA DE MELO**

**“O EU A PARTIR DO OUTRO”**

**A CONCEPÇÃO DE DESIGUALDADE SOCIAL ELABORADA POR  
ADOLESCENTES DA CLASSE POPULAR DE RECIFE A PARTIR DA  
SÉRIE “CIDADE DOS HOMENS”**

Dissertação apresentada como requisito parcial  
para a obtenção do Grau de Mestre em Sociologia  
junto á Universidade Federal de Pernambuco.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Lília Junqueira

**RECIFE, PE**

**2006**

Melo, Taciana Valéria Silva de  
"O eu a partir do outro" : a concepção de  
desigualdade social elaborada por adolescentes da  
classe popular de Recife a partir da série "Cidade dos  
Homens" / Taciana Valéria Silva de Melo. – Recife :  
O Autor, 2006.

118 folhas : il., fig., tab.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal  
de Pernambuco. CFCH. Sociologia, 2006.

Inclui bibliografia e anexos.

1. Sociologia da comunicação – Desigualdade  
social. 2. Representações sociais – Ficção televisiva  
– Séries de televisão. 3. Seriado "Cidade dos  
Homens" – Demonstração da desigualdade social. 4.  
Técnica de constituição de pares de palavras –  
Entrevistas semi-dirigidas. I. Título.

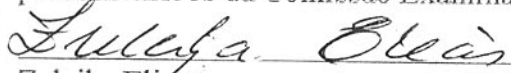
316.774  
302.23

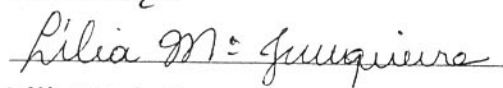
CDU (2.ed.)  
CDD (22.ed.)

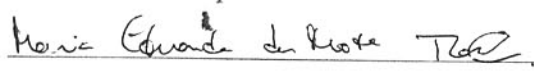
UFPE  
BC2006-267

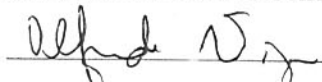
**Ata da Sessão de Defesa de Dissertação de TACIANA VALÉRIA SILVA MELO, do Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco.**


Aos 13 dias do mês de março de do ano de dois mil e , reuniu-se na Sala de Seminários do 12º. Andar do prédio do Centro de Filosofia e Ciências Humanas, os membros da comissão designada para o Exame da Dissertação de Mestrado de TACIANA VALÉRIA SILVA MELO, intitulada "O EU A PARTIR DO OUTRO: a concepção de desigualdade social elaborada por adolescente da classe popular Recife a partir da série: Cidade dos Homens". A comissão foi composta pelos professores: Dra. Lilia Maria Junqueira - (Presidente/Orientadora), Dra. Maria Eduarda da Rocha - Titular Interna - PPGS; Dr. Alfredo Viseu - Titular Externo - PPGCOM/CAC/UFPE. Dando início aos trabalhos a Professora Dra. Lilia Junqueira, explicou aos presentes o objetivo da reunião, dando-lhes ciência da regulamentação pertinente. Em seguida passou a palavra a autora de Dissertação, para que apresentasse o seu trabalho. Após essa apresentação, cada membro da Comissão fez sua arguição, seguindo-se a defesa da candidata. Ao final da defesa, a Comissão Examinadora retirou-se para em secreto deliberar sobre o presente trabalho. Ao retornarem, A Dra. Lilia Maria Junqueira presidente da mesa e orientadora da candidata, solicitou que fosse feita a leitura da presente Ata, com a decisão da Comissão aprovando a Dissertação por unanimidade. E nada mais havendo a tratar, foi lavrada a presente Ata, que vai assinada pelos membros da Comissão Examinadora e pela candidata. Recife, 13 de março de 2006.

  
Zuleika Elias

  
Lilia Maria Junqueira

  
Maria Eduarda da Rocha

  
Dr. Alfredo Viseu

  
Taciana Valéria da Silva Melo

Dedico esta conquista a uma pessoa muito especial que, infelizmente, não está, mas entre nós: *Meu Querido Painho*. Sei que este dia seria um dos mais felizes para ele, mas sei também que ele está e estará, sempre, me acompanhando da estrela mais brilhante do céu.

## “AGRADECIMENTOS”

### Um abraço diz muitas coisas...

*Abraços são dados de muitas formas e com diferentes significados.*

*Têm abraços que dizem: "Fico muito contente com a sua amizade..."*

*Existem abraços que expressam o orgulho que se sente por alguém especial!...*

*Também há abraços que dizem: "Não existe ninguém no mundo igual a você..."*

- Há abraços doces e ternos que são dados em momentos de tristeza...*

*Com um abraço também podemos dizer: "Sinto muito",  
quando alguém está passando por um momento difícil...*

*Há abraços que damos, para dizer: "Que bom que você veio",  
e outros que dizem: "Sentirei sua falta quando você estiver longe de mim..."*

*E não faltam esses abraços perfeitos para fazer as pazes...*

*E os abraços cheios de carinho, que nascem do coração...*

*Como você vê, existem abraços para diferentes ocasiões;  
abraços rápidos e abraços demorados, um para cada razão...*

*Porém, de todos os abraços, o mais carinhoso é aquele que diz:*

*"Você está sempre no meu pensamento porque você é muito especial pra mim!!!!"*

*(E sempre será assim!)*

Como não agradecer a tanta gente especial que me ajudou nesta jornada? Como chegar ao fim sem reconhecer as grandes pessoas que fizeram parte dessa história?

Para começar eu gostaria muito de agradecer a Deus pelas oportunidades que colocou em minha vida. A Minha Mãe, Helena, e a Minha Irmã, Tatiana, que sempre me apoiaram, mesmo nas horas mais difíceis desta guerra.

Obrigada a Cristina e a Eugênia, do Santos Dumont... Vocês foram fundamentais para esse resultado!

Obrigada a meus amigos queridos que nunca me deixaram faltar um abraço amigo e uma frase de apoio. Os abraços de orgulho, de amizade e de carinho são para vocês Kátya, Gáu, Beta, Lu, Anderson... Eu adoro muito todos vocês!!!

Agradeço também aos professores e amigos que me acompanharam no decorrer do curso, e, mais que um agradecimento, à Prof. <sup>a</sup> Eliane Veras que me incentivou muito quando pensava em desistir das coisas... Nunca a esquecerei!!!

À Prof. <sup>a</sup> Lília, eu já agradeço todos os dias... A sua ajuda foi fundamental para a minha formação acadêmica, espero poder continuar com esse incentivo e retribuir toda a esperança que me é depositada. Muito Obrigada Professora, por tudo o que a senhora fez por mim!!!

Às minhas queridas “Bolachinhas”, só me resta dizer que vocês são superamigas, e que vocês me conhecem muito bem para saber que não sou muito de demonstrar emoções, mas que tenho no coração um grande carinho e amizade por vocês!!!

Só me resta agora agradecer a pessoa que mais me deu apoio, não só durante esses dois anos de Mestrado, mas há muito tempo... Darlan, me faltam palavras para te dizer o como eu sou agradecida a Deus por ter colocado você em meu caminho...Obrigada por tudo, Meu Amor!!! N.e.o.q.e.a.v... Sempre!!!

## RESUMO

O interesse pelo presente estudo é resultante de uma vida acadêmica rodeada por inúmeras discussões sobre *desigualdade social*, e de minha participação como bolsista na pesquisa financiada pelo CNPq/PIBIC intitulada “*O Personalismo na Reprodução da Desigualdade Social: o tema da imigração nas telenovelas*”, coordenado pela Professora Lília Junqueira, e, justifica-se para a Sociologia no sentido de permitir pensar questões cruciais para a melhor compreensão da vida em sociedade, pois visa analisar como se dão às representações da classe popular de Recife acerca da desigualdade social brasileira, e, principalmente, através das representações, observar como se dá o acesso aos serviços básicos de educação e saúde, cidadania, equidade e, sobretudo, dignidade e reconhecimento social. Para cumprir a este fim, investigou-se 20 adolescentes das classes baixa e média de Recife, estudantes do Centro Interescolar Santos Dumont, situado em Boa Viagem, a partir das técnicas de pareamento de palavras e entrevistas semidirigidas. A partir dos resultados, concluiu-se que a compreensão da desigualdade social brasileira não se apóia simplesmente na divisão da sociedade em ricos e pobres, mas na classificação dos sujeitos em brancos e negros, o que reforça a idéia de abismo social e racial. Essa visão contesta, mais uma vez, a existência de uma democracia racial no país, e evidencia a crescente separação social que grita no Brasil, reforçando a já existente concepção da existência de “dois brasis”.

**PALAVRAS-CHAVE:** Desigualdade Social. Representações Sociais. Ficção Televisiva.



## ABSTRACT

The interest for this study resulted from an academic life surrounded by a lot of discussion about social inequality and from my participation as a scholarship holder in the research financed by CNPq/PIBIC titled “*O Personalismo na Reprodução da Desigualdade Social: o tema da imigração nas novelas*”, coordinated by Professor Lília Junqueira. This study it’s important to Sociology to allow think about questions for the better understanding of the social life, and objective analyze how the representation of Recife popular class appears about social inequality Brazilian. From this idea observe how to get to basic service of education and health, citizenship, equality and, specially, dignity and social accepted. To fulfill this, research 20 teenagers from Recife lower and middle classes, students from Centro Interescolar Santos Dumont (Boa Viagem), were used techniques of pairs of word’s compositions and semi-conducted interviews. From this results concluded that the understanding of Brazilian social inequality doesn’t support the social division between riches and poors, but in the classification of people as white or black, reinforcing the idea of social and racial gulf. This point of view denies the existence of a racial democracy in the country and proves a growing social separation that “shout out” in Brazil, reinforcing the idea of “*two Brazis*”.

**KEYWORDS:** Social Inequality. Social Representation. TV Fiction.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Ibope de 2002 e 2003 de “Cidade dos Homens” .....	52
Figura 2 – Pedro e Tamires .....	68
Figura 3 – Laranjinha Pensando Sobre a Mistura de Classe na Praia .....	68
Figura 4 – Andressa e Laranjinha, Ambos do Morro, Conversando Sobre um Rapaz .....	70
Figura 5 – Laranjinha e Acerola, Ambos do Morro, Vendo Camila, Menina Rica, Passar Poela Beira da Praia .....	71
Figura 6 – Laranjinha Pensando Sobre a sua Aproximação com Camila .....	72
Figura 7 – Camila e João .....	73
Figura 8 – Diálogo Entre Andressa e Camila, Quando Esta Pergunata Quem Era Laranjinha .....	74
Figura 9 – Duda, Carol, Rodolfo e Leanderson .....	75
Figura 10 – Duda e Carol .....	76
Figura 11 – Rodolfo, Leanderson Conversando com um Grupo .....	77
Figura 12 – Frequência dos Pareamentos de Palavras Associadas .....	80
Figura 13 – Frequência dos Pareamentos de Todas as Palavras Evocadas .....	82
Figura 14 – Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo POBRE .....	83
Figura 15 – Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo RICO .....	84
Figura 16 – Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo PRECONCEITO .....	85
Figura 17 – Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo BRANCO .....	86
Figura 18 – Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo NEGRO .....	87
Figura 19 – Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo EDUCAÇÃO .....	87
Figura 20 – Termos Que Guiam a Representação do Ser Pobre .....	93
Figura 21 – Termos Que Guiam a Representação do Ser Rico .....	97

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Índice de Afinidade – Mercado Nacional – Média 14/10 a 11/11/2003 .....	56
Tabela 2 – Classificação da Amostra por SEXO .....	57
Tabela 3 – Classificação da Amostra por IDADE .....	58
Tabela 4 – Classificação da Amostra por RENDA .....	58
Tabela 5 – Classificação da Amostra por BAIRRO .....	58
Tabela 6 – Classificação da Amostra por RELIGIÃO .....	59
Tabela 7 – Agrupamento Semântico das Palavras Pareadas .....	79
Tabela 8 – Mediações Imediatas nos Discursos dos Entrevistados .....	103
Tabela 9 – Personagens Preferidos .....	106
Tabela 10 – Características de Laranjinha .....	107
Tabela 11 – Características de Camila e João .....	108
Tabela 12 – Personagens Rejeitados .....	109
Tabela 13 – Características “dos riquinhos” .....	109

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	12
<b>CAPÍTULO 1: O Sujeito, o Discurso e o Social: Algumas Delimitações Acerca dos Aspectos Que Guiam Nosso Cotidiano (Representação, Habitus e Mediação Social)</b> .....	15
1.1. O SUJEITO E O SOCIAL .....	15
1.2. O DISCURSO E A CONSTRUÇÃO DA REALIDADE .....	16
1.3. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS: UM BREVE PANORAMA DE SEU ESTUDO .....	18
1.4. MEDIAÇÕES E HABITUS SOCIAIS: UM ESPAÇO COMUM .....	25
<b>CAPÍTULO 2: Mídia e TV: As Representações e as Mediações Da Desigualdade Social</b> .....	33
2.1. MÍDIA, TV E REPRESENTAÇÕES .....	33
2.2. A DESIGUALDADE NA TV E AS MEDIAÇÕES SOCIAIS .....	40
<b>CAPÍTULO 3: A Ficção Televisiva Seriada: “<i>Cidade dos Homens</i>”</b> .....	46
3.1. A FICÇÃO TELEVISIVA .....	46
3.2. A INSERÇÃO DOS SERIADOS NO COTIDIANO BRASILEIRO .....	49
3.3. A DESIGUALDADE SOCIAL EM “CIDADE DOS HOMENS” .....	50
<b>CAPÍTULO 4: Metodologia: Uma Busca Pela Desconstrução das Mensagens e Reconstrução de Seus Significados</b> .....	54
4.1. QUANTO AOS SUJEITOS .....	54
4.1.1. Centro Interescolar Santos Dumont .....	55
4.1.2. Seleção da Amostra .....	56

4.2. QUANTO A MINISSÉRIE .....	59
4.3. QUANTO A ANÁLISE DA MENSAGEM .....	60
4.4. QUANTO A COLETA DE DADOS .....	61
4.4.1. Constituição de Pares de Palavras .....	62
4.4.2. Entrevistas Semi-dirigidas .....	63
4.5. QUANTO A ANÁLISE DE DADOS .....	64

## **CAPÍTULO 5: Compreendendo os Elos Desconstruídos Para Esclarecer as Representações Existentes** .....

5.1. ANÁLISE FÍLMICA .....	66
5.1.1. O Ser Pobre em “Cidade dos Homens” .....	67
5.1.2. O Ser Rico em “Cidade dos Homens” .....	73
5.1.3. O Preconceito em “Cidade dos Homens” .....	78
5.2. CONSTITUIÇÃO DE PARES DE PALAVRAS .....	78
5.3. OBSERVANDO O MÉTODO .....	81
5.4. LENDO OS DADOS .....	88
5.5. ENTREVISTAS SEMI-DIRIGIDAS .....	90
5.5.1. A Percepção da Desigualdade Social Brasileira a partir da Concepção de Pobreza e Riqueza.....	90
5.5.1.1. O que é ser pobre .....	91
(A) Pobreza Cultural .....	94
(B) Pobreza Financeira .....	95
5.5.1.2. O que é ser rico .....	96
5.5.2. Como os Sujeitos Avaliam a Desigualdade: suas causas e soluções.....	99
5.5.2.1. Governo .....	99
5.5.2.2. Preconceito e racismo .....	99
5.5.2.3. Educação de baixa Qualidade .....	100
5.5.2.4. Salários baixos .....	101
5.5.3. As Mediações Presentes nos Discursos Coletados .....	102

## **CAPÍTULO 6: Identificações e Rejeições Entre os Entrevistados e os Personagens de “Cidade dos Homens”** .....

6.1. IDENTIFICAÇÃO COM OS PERSONAGENS: OS PERSONAGENS PREFERIDOS .....	106
6.1.1. Laranjinha .....	106
6.1.2. Camila e João .....	107

6.2. REJEIÇÃO UNÂNIME: QUANDO OS RICOS SÃO VISTOS COMO VILÕES .....	109
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>111</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>114</b>
<b>ANEXOS</b>	

## Apresentação

O Brasil é um país muito interessante em vários aspectos, porém, dois saltam aos olhos: sua riqueza e sua desigualdade social. Esses dois pontos apresentam-se em pólos totalmente opostos, porém, estão intimamente ligados.

O interessante é que a renda *per capita* brasileira (resultado da divisão de riqueza pela população) não permite colocá-lo entre os países mais pobres do mundo, ao contrário, ele está situado no terço mais rico do planeta, como mostram Nice de Paula e Luciana Brafman (Jornal do Brasil, 21/04/2002), tendo esse indicador fechado o ano de 2002 em U\$ 2.652,00.<sup>1</sup>

O número de pobres no país sempre foi crescente, e uma das causas para esse movimento contínuo foi a constante instabilidade econômica. Contudo, a estabilidade criada pelo Plano Real, a partir da segunda metade da década de 1990, não contribuiu para reduzir essa pobreza. A razão para tão pouca mudança não está exatamente na falta de recursos, mas sim na *desigualdade*. “O Brasil não é um país pobre, mas um país com muitos pobres” , enfatiza o economista André Urani<sup>2</sup>, em entrevista ao Jornal do Brasil (Id.).

Apesar de não contribuir para a redução da desigualdade social, o Plano Real deu dinamismo a economia, pois houve uma grande popularização do consumo de aparelhos de som e TV, sobretudo entre as classes baixas (C e D), visto que as classes A e B já possuíam estes aparelhos anteriormente a esse novo plano econômico, como informa o Caderno Mais! Da Folha de São Paulo (12/04/1998).

---

<sup>1</sup> Fonte: Banco Central e cálculos próprios, In: Almanaque Abril, 2003. p. 99.

<sup>2</sup> André Urani é professor de Economia da UFRJ e presidente do Instituto de Estudo do Trabalho e Sociedade (IETS).

Com isso, as emissoras passaram a preocupar-se com o preparo de uma programação que tratasse das condições de vida das camadas mais pobres, mas que, ao mesmo tempo fosse capaz de atingir e agradar a todos os telespectadores, de diferentes classes sociais.

Para alcançar tal objetivo, ampliaram o leque de temas abordados em suas grades de programação e investiram bastante em telejornais e programas de auditório<sup>3</sup> que exibissem dramas pessoais e familiares, cenas de violência e outros “fatos marcantes”.

Apesar da grande audiência conseguida por estes programas, eles estão atualmente “classificados” como os piores da TV aberta nacional, segundo o site [www.eticanatv.org](http://www.eticanatv.org). Várias foram as razões que levaram tal programação a essa “situação”, e uma delas foi a “espetacularização” dos acontecimentos (Barbero, In: Marcondes Filho, 1988).

Algumas emissoras tentam mudar esse quadro de “decadência”, e, para muitos críticos, o chute inicial foi dado pela Rede Globo ao exibir a série *Cidade dos Homens* (Outubro, 2002), pois ela mostrou a desigualdade social brasileira “sem ser exatamente fantasiosa”, como fala o diretor Fernando Meirelles, e afirma o crítico Eugênio Bucci, ao Observatório da Imprensa: “Uma renovação notável do que se via na Globo, ocupando a tela com personagens que nunca estiveram ali; com uma história de favelada os ‘reais’, interpretados com meninos ‘reais’, sobre temas ‘reais’, com um modo de narrar surpreendente e perturbador (...)”<sup>4</sup> ([www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br), 17/10/2002)

Assim, a questão central do presente trabalho é buscar compreender as representações da desigualdade social brasileira, por parte de telespectadores da classe popular de Recife, de diferentes faixas etárias, tomando por base as mensagens transmitidas pela ficção seriada “*Cidade dos Homens*”. Ou seja, busco apreender como se dá à interação dos

<sup>3</sup> Aqui e Agora, Programa do Ratinho, Repórter Cidadão, Te Vi na TV, etc.

<sup>4</sup>BUCCI, Eugênio. 2002. “*Cidade*” extrapola realismo com humor. On line: <[www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp2310200295.htm](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp2310200295.htm)> Capturado em 13 Set.2003.



receptores com a mensagem veiculada, bem como as mediações (sociais, culturais, políticas e econômicas) que marcam esse processo. Tentando, especificamente, identificar dois pontos:

1. como os telespectadores fazem a leitura da desigualdade social passada na série, para conhecer qual a natureza desta relação, isto é, conhecer que valores e símbolos foram trocados, aceitos ou rejeitados nesta relação.
2. a existência de elementos adquiridos a partir de outras matrizes discursivas e grupos de referência (mediações sócio-culturais, políticas e econômicas).

Para essa análise, a teoria das Representações Sociais, juntamente com as noções de Habitus e de mediações sociais, oferecem grandes contribuições, pois, considerando-se que as representações sociais são estruturadas e evidenciadas nos discursos sociais, ao se analisar os conteúdos socialmente elaborados sobre a desigualdade social, pode-se compreender a forma dos sujeitos se posicionarem diante de tal fenômeno e de seu enfrentamento. Tem-se, assim, a análise da configuração atual da relação classes e desigualdade social, investigando se os telespectadores entrevistados consideram ou não tal problemática como uma realidade de seu cotidiano e quais os significados acerca do assunto que norteiam seus discursos.

## Capítulo 1:

### *O Sujeito, o Discurso e o Social: Algumas Delimitações Acerca dos Aspectos Que Guiam Nosso Cotidiano (Representações, Habitus e Mediações Sociais)*

#### 1.1. O Sujeito e o Social

Para se entender uma dada realidade a ser pesquisada, ela deve ser delimitada teoricamente, a partir da maneira como o pesquisador compreende e trabalha a realidade. Para tanto, é indispensável se justificar o uso, neste trabalho, do termo “*sujeito*”, em detrimento de “*indivíduo*”, visto que o primeiro reflete uma ênfase na singularidade do ser na dinâmica social.

Ao se analisar a sociedade, não podemos abrir mão da existência de sujeitos distintos, cada um com suas peculiaridades e idiossincrasias. Com o termo “*sujeito*”, considera-se o “entrevistado” com sua história de vida, que, mesmo tendo sido constituída a partir de trocas com outros sujeitos, não podem ser igualados a nenhuma outra. Já a idéia de “*indivíduo*” termina por generalizar o ser, o abstendo de tais particularidades e autonomia.

Os sujeitos em sociedade constituem-se a partir e nas relações sociais que são partilham, ao mesmo tempo, com a sociedade como um todo e com os outros sujeitos e grupos sociais, relendo, solidificando ou transformando valores, costumes, crenças e representações que justificam e dão sentido à realidade. Assim, sujeito e sociedade são indissociáveis, pois são os dois lados de uma mesma moeda, e sua separação representa uma falsa dicotomia.

Nas trocas simbólicas que se estabelecem durante o processo de interação social, são preparadas práticas, conhecimentos e sentimentos que dão apoio à dinâmica social. As especificidades de cada sujeito são reformuladas, favorecendo a constituição de um todo aparentemente homogêneo, que facilita a comunicação entre os diversos membros de um grupo. Essa aparente homogeneidade gera uma certa coesão ao grupo, pois lhe permite “materializar” uma identidade compacta e organizada. Contudo, tal uniformidade não pode ser entendida como um todo harmônico, sem divergência. Trata-se de um consenso que implica diferenças, conflitos e tensões internas provocados precisamente pelas particularidades individuais.

Os significados partilhados por um grupo social permitem a instauração de uma comunicação que assegura a importância de algumas afinidades entre os seus integrantes. As trocas simbólicas possibilitam que cada sujeito seja distinto do outro, mas, ao mesmo tempo, garante uma certa coerência que lhe dá a sensação de garantia por integrar um grupo, pelo sentimento de pertencimento a algum lugar social.

### 1.2. O Discurso e a Construção da Realidade

A sociedade não está desvinculada do sujeito, como já foi dito anteriormente, e se estabelece permeada pelas relações entre grupos e pessoas. São os atores sociais que constroem e reconstroem, a cada dia, sua própria dinâmica, reelaborando, a cada relação, novas formas de considerar o mundo.

O sujeito é assim “contigencial”, pois é produto e produtor de uma realidade contextualizada (política, social, econômica, histórica e culturalmente).

A partir dos discursos, os sujeitos elaboram sentido para sua realidade, formando preceitos lingüísticos que serão partilhados, passando ao estatuto de “verdade hegemônica”, e orientando a organização das relações sociais e subjetivas.

*Nós somos aquilo que a linguagem nos permite ser; acreditamos naquilo que ela nos permite acreditar e só ela pode fazer-nos aceitar algo do outro como familiar, natural, ou pelo contrário, repudiá-lo como estranho, antinatural e ameaçador”. (...) “Criticar a crença discriminatória significa desse modo criticar também o vocabulário que permite sua enunciação e que torna razoável aos olhos dos crentes.(COSTA, 1986, p. 18 - 21)*

A desigualdade social, enquanto uma realidade significada, se objetiva no discurso social, porém para dar sentido a tal fenômeno foram criados todo um vocabulário que tem como finalidade explicar e justificar a realidade, possibilitando ao sujeito se situar frente a ela. Compreendendo-se o discurso subjacente à realidade da desigualdade social, pode-se confirmar como este influencia, ou mesmo, repercute na própria organização social.

A definição de sujeitos menos favorecidos economicamente a partir de termos como “*pobres* ” ou “*favelados* ”, são exemplos da importância do aparato simbólico nas interações sociais. Esta é uma categorização muito preconceituosa que encerra o sujeito numa posição social de “*marginalizado* ” e “*perigoso* ”.

Para buscar a construção de uma sociedade mais incluyente em relação a esses sujeitos, é necessário que haja uma reconstrução de tais discursos, que muitas vezes legitimam a exclusão social. Faz-se necessário ficar atento para o que é pensado e dito sobre o assunto, ou seja, no processo de construção e propagação de informações, pois estas possuem uma forte influência na construção de sentido da realidade, devendo-se focalizar o papel da mídia televisiva que é um dos mais importantes agentes de formação de opinião na atual sociedade.

É baseado neste propósito que o presente estudo objetiva a investigação do saber do senso comum, a partir das representações sociais apresentadas nos discursos dos sujeitos. Tais discursos, vinculados a uma série articulada de sentidos, fazem referência não apenas a desigualdade social, mas a todo o campo simbólico que a abarca, inclusive à relação estabelecida entre a sociedade e os sujeitos “pobres” e socialização e inclusão.

### 1.3. Representações Sociais: Um Breve Panorama de Seu Estudo

As *representações sociais* estão presentes no nosso cotidiano em todos os momentos, quer em uma fala ou em um gesto, e são caracterizadas como estruturas cognitivas da sociedade contemporânea que se constroem no bojo das interações sociais.

Mesmo sendo específicas das sociedades contemporâneas, essas representações não poderiam limitar às explicações teóricas dadas pelos clássicos da sociologia – Marx, Weber e Durkheim -, pois, neles estão presentes os pontos fundamentais da retomada de seu estudo nas décadas de 1960 e 1970, pelo francês Pierre Bourdieu e Serge Moscovici.

Este autor as viu como uma forma de conhecimento elaborada e partilhada socialmente, objetivando o conhecimento sobre o mundo e atendendo as necessidades do cotidiano.

Minayo (1999, p.89) define essas representações como sendo “*um termo filosófico que significa a reprodução de uma percepção retida na lembrança ou do conteúdo do pensamento*”, mas nas Ciências Sociais, elas são estudadas como uma “*categoria de pensamento que expressam a realidade explicam-na, justificando-a ou questionando-a*” (Id.) Os estudos sobre este assunto perpassam, assim, as principais correntes do pensamento sociológico clássico, sendo considerado de extrema importância para o conhecimento da realidade social.

Émile Durkheim foi o primeiro autor que trabalhou de forma clara o conceito de “*representações*” a partir da idéia de “*representação coletiva*”, que “*se refere a categorias de pensamento por meio das quais uma sociedade elabora e expressa a sua realidade*” (Id., p.90). Para ele, as representações são objetos de estudo tão importantes quanto às estruturas e as instituições sociais, possuindo, em decorrência disso, as principais características dos ‘*fatos sociais*’: 1) *exterioridade* e em relação às consciências individuais quando fala da existência de pontos de referências indispensáveis, em relação aos quais todas as coisas se classificam; 2) *exerce ação coercitiva* sobre as consciências dos agentes sociais, daí transformarem-se, elas

próprias em “fatos sociais passíveis de observação e interpretação” e 3) *generalidade* , pois para os homens de uma mesma civilização representarem algo da mesma forma é necessário que alguns valores afetivos e distinções sejam comuns, *“o que implica quase necessariamente que tais valores e distinções são de origem social”* . (DURKHEIM, 2000, p.XVIII)

Já Weber abordou as representações sociais a partir de termos como *“idéia”* , *“mentalidade”* , *“espírito”* , *“concepções”* e, especialmente, *“visão de mundo”* , que orientam a ação social independentemente de seu grau de racionalidade. As representações estão em todos os indivíduos que possuem vontade e são essas “idéias”, juntamente com a vida material que dão significado cultural a vida social, afirma o autor. Daí chamar atenção para a importância de se pesquisar as “idéias” como parte da realidade social.

Para ele, a sociologia deveria compreender o sentido e os efeitos da ação de um ou mais indivíduos referida à do outro, ou seja, o seu caráter social, pois é através das relações sociais que os indivíduos agem tomando por referência “algo maior” que o dá expectativas sobre a ação do outro ao qual sua conduta se refere, assim, *“as relações sociais estão dotadas de ‘conteúdo significativo’”* . (QUINTANEIRO, 1995, p.110)

São esses “significados”, esses fenômenos “espirituais” ou “idéias” que representam o social originando-se no indivíduo, por isso eles não devem ser abandonados das discussões científicas; visto que tal discussão consiste em “tornar inteligível” essa base subjetiva, ou seja, revelar os significados que guiam as atividades humanas.

Marx, porém, defende a força da base material sobre a base ideológica, ou seja, para ele, o *“pensamento”* e a *“consciência”* humana estão condicionados ao modo de produção de sua vida material. Em outras palavras, as representações, as idéias e os pensamentos são conteúdos da consciência condicionados pelo mundo material no qual vivem os indivíduos. Porém, estes indivíduos não estão alheios a produção destas representações e idéias, eles também a determinam, pois os dois mundos (o material e o das idéias) vivem uma relação

dialética, assim, ao mesmo tempo em que as *circunstâncias fazem os homens, os homens fazem as circunstâncias* . O representar, o pensar aparece, então, como o reflexo direto de seu comportamento material.

Neste estágio da sociologia, observamos então, que se desenvolveram dois modelos representativos referentes à questão das representações sociais: “o primeiro deles diz respeito à conexão entre domínio material e o domínio das idéias, e o segundo, à conexão entre os indivíduos e a estrutura social” . (JUNQUEIRA, 1999, p.9) O primeiro é o chamado *modelo* idealista, que tem como representantes Émile Durkheim e Max Weber, e o segundo, o *modelo* materialista, defendido por Marx. Apesar de possuírem concepções diferentes, esses três autores estudaram, cada um a sua maneira, as representações sociais por acreditarem na existência de uma relação entre a vida social (material) e as idéias.

As contribuições desses três autores para os estudos sobre representações sociais foram retomadas na sociologia contemporânea a partir, principalmente, dos anos 60, com as reflexões de Bourdieu, que rompe com o objetivismo e com o subjetivismo, dando origem, ao chamado “*conhecimento praxiológico*”, “*que pretende articular dialeticamente o ator social e a estrutura social*” . (ORTIZ, 1983, p. 8) É por meio do *habitus* que Bourdieu localiza, então, a mediação entre comportamentos individuais e a estrutura social, sendo estes “estruturas” que agem sobre os indivíduos e que são, ao mesmo tempo, modificados por eles.

Como já foi dito, na década de 1970, Moscovici propõe o estudo das Representações Sociais a partir da concepção de “representações coletivas” de Durkheim. Sua teoria revolucionou a visão existente, até então, visto que abriu um novo leque para a compreensão do homem na sociedade, sendo, até hoje, referência obrigatória para estudos sobre representações sociais.

Porém, por pertencer a Psicologia, que possui um campo de estudo centrado no indivíduo, o seu uso na Sociologia torna-se um pouco limitado, por essa razão, antes de aprofundar nas

representações sociais, creio ser relevante falar da contribuição dessa teoria para a Sociologia, importância essa que é questionada, e, muitas vezes, negada. Para tanto, baseio-me no artigo “*Representações Sociais: uma teoria para a sociologia?*”, de Márcio Oliveira (2005).

Oliveira fala das representações como uma forma de conhecimento que exprime a realidade e que são produzidas por grupos sociais durante o processo de socialização por meio da familiarização com “objetos” e situações, servindo como um guia de condução no mundo, isso significa que antes de tais formulações (pré) existe uma sociedade. Decorre daí o *primeiro* conflito entre as áreas de estudo: diferentemente da sociologia, a Teoria das Representações Sociais (TRS) defende a idéia de que a realidade social é construída, sendo, assim, também, com suas representações, pois o termo “social” não é um dado da sociedade/realidade, *“mas antes o resultado de uma postura teórica, de uma proposta metodológica, (...) da interpretação do pesquisador”.* (op. cit., 2005, p.73)

O *segundo* problema vem do significativo crescimento do número de estudos sobre representações sociais no sentido de mapeá-las, porém, encontrar os significados dos dados já existentes é um grande problema, pois

*(...) não existe um consenso e cuja solução tem sido muitas vezes relegada a programas de computador capazes de estabelecer ligações léxicas (semânticas ou sintáticas) entre os termos e expressões. Assim, enquanto para alguns o sentido das representações está presente nelas mesmas, ou seja, em sua direção semântica, outros querem inscreve-lo na dinâmica temporal ou imaginária dos grupos sociais. (Id., p. 75).*

Vemos, assim, que a questão é “*o que fazer com as representações?*” , como significá-las?

A última questão está postulada por Jean-Claude Abric, teórico das representações sociais, que diz que se tem deixado para segundo plano o estudo das práticas sociais e que, a maioria dos pesquisadores, vêem tais representações como determinantes de tais práticas. Para este autor, três fatores são determinantes das práticas sociais: “*1) os fatores sociais (ou*



*socioculturais) ligados a memória do grupo; 2) sistema de normas e valores dos indivíduos; 3) os fatores ligados à atividade do sujeito”.* (Id., p.76). Desses, o 2 e 3, podem ser considerados micro-sociológicos porque pertencem diretamente ao indivíduo, já o 1 é macro-social, pois se refere a posição que este mesmo indivíduo ocupa na sociedade, sendo distintos para cada posição social, pois cada uma delas possui uma “matriz sócio-cultural de interpretação” que são formadas pelos agentes de socialização (Estado, Igreja, Família, Escola, etc.). Assim, a sociedade existe antes e depois das representações, pois se faz presente tanto na esfera individual quanto na social dos indivíduos, isso significa que a sociedade existe

*não como um ‘dado secundário’ ou ‘construído’ (...). Neste caso, as representações não seriam simplesmente um guia para a ação em uma sociedade que se constrói, mas também práticas socialmente cristalizadas. No sentido inverso, as práticas sociais seriam representações em movimento. Os termos comporiam assim uma relação dialética, indissociável, sem início ou fim, sem determinantes nem determinados.* (Id.)

Observamos, então, que estas três questões possuem um único denominador comum: a sociedade, tendo, a TRS trabalhado com os fatos sociais, embora que pouco definido. Apesar de ter encontrado dificuldades quanto ao “social”, *“olhando hoje os temas sociais onde aparecem os estudos de RS (representações sociais) , uma constatação deve ser feita: trata-se de estudar fenômenos sociais, de compreender -lhes suas representações, sua lógica cognitiva e de medir os impactos sociais produzidos por estas representações”.* (op. cit., p.82) Assim, vemos a Teoria das Representações Sociais como uma grande ajuda para a compreensão da *“influência da dimensão social sobre o sistema cognitivo, sobre as dinâmicas interpessoais e, sobretudo, sobre o processo pelo qual indivíduos e grupos transformam o mundo em um objeto inteligível (...)”* . (Id., p. 87). Isso porque, o interesse maior de Moscovici, foi voltado aos “sistemas consensuais” elaborados cotidianamente pelos grupos sociais, em seus pequenos círculos de

relacionamento, cujo efeito seria a “criação” de identidades e representações que reforçavam a coesão dos grupos e da sociedade como um todo.

Hoje, as representações passaram a ser vistas sob uma nova ótica, onde o destaque está na crescente importância dos fenômenos culturais nas sociedades contemporâneas, ou seja, tenta-se explicar as sociedades contemporâneas a partir de fenômenos culturais, e não mais por meio de fenômenos estritamente econômicos, políticos e psicológicos como fizeram os autores anteriormente citados. Não que eles tenham abandonado as questões culturais, mas tal questão interagiu, antes, com outros setores “mais importantes” dos fenômenos sociais.

Foi apenas com o advento da sociedade de massa, com a extensão e a lógica do mercado de consumo e a ampliação do marketing, que houve uma maior ênfase no cultural. Essa mudança de reflexão pôs a ordem simbólica no centro dos interesses, passando-se a aceitar que, via esfera simbólica, os indivíduos podiam construir e remodelar a sociedade, sendo, simultaneamente, capazes de formar suas identidades. Dessa forma, podemos dizer, que: *“o processo representativo é uma construção social da realidade em nível simbólico, em que o*

*sujeito deixa as marcas de sua identidade naquilo que representa”* (ANDRADE; 1999, p. 73), pois

o ato de representar algo implica, necessariamente, em uma auto-representação, ou seja, *“o sujeito imprime sua identidade naquilo que representa. (...) Conseqüentemente é legítimo supor que os mecanismos representativos estejam na base da seletividade com que todo discurso é lido, (...)”*

(Id., p. 73/76) Observamos, assim, que as representações sociais são comuns a todos os seres humanos, que estão presentes em todas as camadas sociais, entretanto, formas peculiares de atribuição de significados decorrem do pertencimento dos indivíduos a determinados grupos sociais, sendo, as representações, de acordo com Moscovici (1978), uma das vias de apreensão do mundo concreto.

Em decorrência da existência de vários grupos sociais, pode-se afirmar que existe uma *“clivagem”* entre os grupos a partir de suas representações, servindo, como uma espécie

de “filtro” capaz de selecionar quais imagens e opiniões serão estudadas, pensadas, traduzindo a posição, os valores, os *habitus* e mediações de um indivíduo ou de um grupo. Assim, podemos dizer que na atividade representativa a relação entre *sujeito* e *objeto* é muito rica e significativa, pois nela tanto um quanto o outro está em questão, pois “*toda representação é uma representação de alguma coisa, e ao mesmo tempo, toda representação é uma representação de alguém*”. (MOSCOVICI, op. cit., p. 63)

Andrade (op. cit.) afirma que existe uma correlação entre três aspectos: o processo de estruturação das representações sociais, a atribuição de significado e a inserção social dos grupos na sociedade, pois “*da inserção social dos grupos decorrem formas específicas de produção de significados*”. (ANDRADE, op. cit., p. 87) Tal idéia não foi inovadora, mas corroborou pesquisas anteriores que a sugeriam. Moscovici (op. cit.) em sua pesquisa sobre a representação social da psicanálise concluiu que a definição de um grupo era decorrente de um “feixe de pressupostos” que davam peso diferente a critérios, como estruturação e conteúdo, e que delimitavam representativamente os grupos sociais em função da visão que eles têm de mundo.

Podemos, assim, concluir que a estruturação das representações sociais é organizada pela natureza das relações entre os grupos sociais, de forma que a participação em determinados grupos sociais possibilita formas particulares de atribuição de significados. Dessa forma as representações sociais expressam a identidade individual e a identidade dos grupos da qual os indivíduos fazem parte, pois o homem enquanto “totalidade” é inseparável do seu contexto social.

#### 1.4. Mediações e Habitus Sociais: Um Espaço Comum

Na nossa atual sociedade de massa, os meios de comunicação adquiriram um grande poder, pois, como afirma Roger Silverstone (2002), são grandes contribuintes para a *“nossa capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados”* (op. cit., p. 13). E por essa importância, percebe-os, como mediadores da realidade, e enfatiza esse papel mediador principalmente na TV, pois nesse meio ele *“se estende para além do ponto de contato entre os textos midiáticos e seus (...) espectadores”*, e mais,

*ela envolve os produtores e consumidores (...) numa atividade mais ou menos contínua de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte ou seu foco nos textos mediados, mas que dilatam a experiência e são avaliados à sua luz numa infinidade de maneiras. (Id., p. 33)*

Para ele, a mediação se caracteriza por um movimento de uso de significados *“de um texto para outro, de um discurso para outro, de um evento para outro”*. Esses significados mediados estão presentes em *“textos primários e secundários”* e circulam entre eles por meio de intertextualidades, *“que nós, como produtores e consumidores, agimos e interagimos, urgentemente procurando compreender o mundo, o mundo da mídia, o mundo mediado, o mundo da mediação”*. (Id., p. 34).

Silverstone compara sua visão de mediação com a noção de tradução de George Steiner (1975, apud SILVERSTONE), pois considera que ela *“nunca é completa, sempre transformativa, e nunca, talvez, inteiramente satisfatória. É sempre contestada”* (Id., p. 35), pois é um movimento que inclui tanto significado como valor, e por isso mesmo rompe os limites do textual e oferece descrições da realidade.

Os significados mediados movem-se/modificam-se entre textos e através do tempo e do espaço, pois estão ligados ao trabalho de instituições, grupo e tecnologias, ou seja, ela não começa nem termina com um texto em particular.

*(...) a mediação é infinita, produto do desenvolvimento textual nas palavras, nos atos e nas experiências da vida cotidiana, tanto quanto pelas continuidades da mídia de massa e da mídia segmentada. (...) é o produto do trabalho institucional e técnico com palavras e imagens (...). (Id., p. 37-38)*

Porém, a análise da tradução feita por Steiner não inclui o leitor ou a leitura, o que Silverstone discorda, visto que sem privilegiá-los corre-se o risco de uma má interpretação, pois todos nós participamos do processo de mediação, todos nós somos mediadores. Além disso, devemos nos preocupar não apenas com a TV como fonte de informação, pois ela é, também entretenimento, e assim, significados são produzidos e transformados, *“mas ela também oferece recursos para conversa, reconhecimento, identificação e incorporação, à medida que avaliamos, ou não avaliamos, nossas imagens e nossas vidas em comparação com aquelas que vemos na tela”*. (Id., p. 43)

A pergunta principal não é mais “o que a mídia faz com a gente?”, mas “o que nós fazemos com a mídia?” (Id., p. 110), para que possamos, então, compreender a dimensão social e cultural da mediação, pois assim, observaremos quais aspectos da experiência pessoal cruzam com as imagens, vozes e sons que compreendem um ambiente televisivo determinado.

Os espaços em que vivemos, tanto em nosso mundo interno como no externo, são permeados pela vida que levamos e pela pressão midiática, e é no interior desses “espaços discursivos” que os significados são produzidos e rejeitados. *“E o pressuposto é que os significados por nós produzidos que envolvem nossa mídia, que podem exigir -la ou dependem dela, são significados como outros quaisquer e produto de nossa capacidade, como seres sociais s, de ser no mundo”*. (Id., p. 112) Pois nos envolvemos com a mídia como seres sociais de diferentes

maneiras e lugares, e as estruturas de dentro das quais vemos e ouvimos, definem-se em parte por onde estamos no mundo, onde pensamos estar e, também, por onde gostaríamos de estar. Assim, esses espaços de ligações com a mídia são tanto reais como simbólicos.

Baseado em Jesús Martín-Barbero, Silverstone fez toda essa explanação sobre as mediações sociais, que se mostra muito importante para os estudos sobre mídia por mudar o foco de interesse dos meios para as mediações, pois para Barbero *“era impossível entender a verdadeira importância que os meios tinham na vida das pessoas se não estudássemos a vida dessas pessoas”*. (BARBERO e BARCELOS, 2000, p. 153). Com isso não nega a importância dos meios de comunicação, mas ressalta a extrema relevância do estudo da relação dos espectadores com os meios para que possamos compreender tal relação (importância e influência).

O que Barbero chama de *“mediações”* são os espaços que estão entre as pessoas, que recebem as mensagens/informações, e os meios que as transmitem. *“Mediação significava que entre estímulo e resposta há um espaço de crença, costumes, sonhos, medos, tudo o que configura a cultura cotidiana. Era essa estrutura cotidiana, que, para mim, na América Latina, era muito rica”*. (Id., p. 154)

Rica no sentido de muito contribuir na melhor compreensão do mundo, da vida e da gente que a expressa, sem ela o que há é uma falsificação ou má interpretação do cotidiano; isto significa que *“os meios influem, mas conforme o que as pessoas esperam deles, conforme o que elas pedem aos meios”*. (Id.)

Contudo, a recepção dos conteúdos dos meios de comunicação não se dá de forma individual, porque acima da história pessoal, há o que *“escutamos, nossos gestos, nossas concepções do mundo [que] não são mais individuais, são coletivos. Tem a ver com a classe social, com o grupo familiar, tem a ver com a região da qual procede ou onde vive, elementos raciais,*

*elementos étnicos, idade*". (Id., p. 155). Isso significa que além da maneira individual de interpretação e representação há a dimensão cultural, que é coletiva, e que molda a primeira.

Dessa forma, diferentes classes sociais, grau de educação escolar, relação familiar intensa ou não, religião, entre outros aspectos, levam as pessoas a receberem informações, principalmente ficções televisivas, de maneiras diversas, servindo como "filtros". Assim, tudo influi na maneira que se recebe a história.

Apesar de o trabalho de Barbero ter sido considerado como um dos mais importantes para os estudos sobre a relação comunicação e sociedade, muitos pesquisadores apontam dificuldades para o uso das mediações em pesquisas empíricas, visto que ele não elaborou, para esse termo, um conceito concreto.

Tentando dar uma complementaridade e uma concretude a teoria de Barbero, Guillermo Orozco Gómez propôs o modelo das múltiplas mediações, que também buscou descobrir como se dá à interação entre TV e audiência.

*Para integrar a mediação múltipla que conforma a interação da audiência, sugiro quatro grupos de mediações, entendendo, primeiro, que a cultura impregna todas elas e, segundo, que esta agrupação não é nem exaustiva nem excludente, mas basicamente analítica, a qual permitirá agrupações sucessivas distintas.*(OROZCO, 1996 apud, DÓRRENELES,2003).

Os quatro grupos de mediações são:

- (1) *Individuais* : as diversas identidades do sujeito receptor têm implicações específicas no processo de percepção e incidem no processo do conhecimento, ou seja, ser homem ou mulher, possuir determinada idade e condições socioeconômicas, delimita o processamento lógico da informação, bem como a geração de crenças e sua valorização afetiva.

(2) Situacional : diz respeito à situação em que a interação mensagem – receptor acontece.

Cada cenário implica possibilidades e limitações para o processo de recepção televisiva. Orozco enfatiza que esta mediação tem origem também nos cenários específicos nos quais os membros da audiência interagem, como a escola, a rua, lugar de trabalho, entre outros.

(3) Institucional : para Orozco, da mesma forma como as instituições sociais influem no processo de mediação da recepção de mensagens televisivas, a televisão media a interação do sujeito com as instituições que compõem a sociedade, visto que, o atual poder da mídia, não só televisiva, faz com que esta funcione socialmente como uma instituição, pois possibilita formas de interação social e de interpretações da realidade.

(4) Videotecnológica : toma a televisão, além de uma instituição, como um meio técnico de comunicação, que possui vários recursos videotecnológicos efetivos, com os quais possibilitam à televisão mediar a apresentação da realidade do sujeito receptor. Ou seja, a televisão pode exercer uma mediação nas atividades e gestos dos receptores, criando estereótipos ou privilegiando modelos que são predominantes em outros contextos, lugares e culturas ou, simplesmente, promovendo a importância de alguns padrões e a exclusão de outros, legitimando-os e naturalizando-os.

Esses quatro grupos de mediações são muito importantes, pois podem ser encontrados na análise de qualquer pesquisa sobre recepção, tornando-se, assim, relevante, teoricamente, para esse estudo.

Por tudo isso, concordamos com Robert A. White que a construção de significados pela audiência é resultado da “confrontação” e da “negociação” de vários espectadores diferentes, manifestando a lógica do seu espaço social, assim, se faz importante *“enfocar os locais dos quais se podem observar e compreender a interação entre a lógica da produção e a recepção”* (1998, p. 54)



Com esta explanação, podemos perceber uma relação entre a noção de “mediações”, em Barbero e Silverstone, com a definição de “habitus”, de Bourdieu. Embora pertencendo a escolas teóricas diferentes, entre esses dois termos é possível encontrar um espaço de complementaridade, o que justifica, neste trabalho, o estudo de um ser concomitante ao estudo do outro.

O *habitus* faz às vezes de articulador entre o individual e o social, entre as estruturas e as iniciativas dos agentes sociais, enquanto as mediações colocam a visão do indivíduo como produto de outras visões individuais, situacionais, institucionais, etc., tem-se dessa forma uma visão de “*negociação*”. A visão dos estudos culturais (mediações sociais) dá uma maior autonomia ao sujeito que o conceito de *habitus*, que na tentativa de distanciar-se tanto do objetivismo quanto do subjetivismo termina por colocá-lo como algo que orienta a ação dos indivíduos, como um “*princípio gerador e estruturador das práticas e das representações (...)*” (BOURDIEU, 1983, p. 61).

Embora exista uma oposição entre os Estudos Culturais de Barbero e a sociologia de Bourdieu no aspecto das *mediações* e *habitus*, já que Bourdieu possuía uma visão restrita do cultural, e baseia-se na teoria geral das práticas, este conflito se restringe à fase da obra de Bourdieu relativa a reprodução cultural, ou seja, a década de 1970. Entretanto, há autores como a de Clóvis de Barros Filho (2003), que consideram a produção deste autor nos anos 80, 90 e 2000, a partir de outra concepção, ou seja reforçando o poder do agente no *habitus* e colocado o problema da percepção além da ação e das práticas sociais. Esta nova leitura aproximou o conceito de *habitus* do conceito de *mediação*.

Na realidade, a partir da idéia de *habitus*, Bourdieu tentou enfatizar também a criatividade do agente social, e chamar atenção para o fato de que este poder gerador/ ativo/ inventivo não é universal ou único para todos os povos, ele é, antes, “*um conhecimento adquirido e também um haver, um capital*” (2000, p. 62), ou seja,

*O indivíduo (...) não é um mero ponto de passagem, ou “espaço de processamento” daqueles elementos e dimensões, um receptor passivo de sistemas elaborados socialmente, é um agente, um ator, um sujeito ativo, neste processo. Se por um lado, na sua inserção social, não parte de zero, socializando-se e construindo sua identidade a partir de estruturas e sistemas socialmente elaborados, ele, através de um processo de estruturação psico-social, processa a herança social, remodelando-a, reestruturando-a, construindo a realidade social ao mesmo tempo em que constrói a própria identidade. (ANDRADE; op. cit., p. 134)*

Assim, o *habitus* passa a ser definido como disposições individuais, coletivamente orquestradas, sem ser produto da ação organizada de um “maestro”.

*Por isso, a observação de qualquer mensagem se traduz, querendo ou não o observador, num constante entre o novo e o velho, entre a nova mensagem e um repertório disponibilizado (...) denunciando a maior ou a menor proximidade do objeto observado em relação ao hábito perceptivo. (BARROS FILHO, 2003, p. 76)*

Esta concepção de “*habitus perceptivo*” significa que há uma forma social de perceber o mundo e as mensagens da mídia, ou seja, o *habitus* atua

*sem que percebamos, sobre o processo de construção de nossas representações do mundo disposições interiorizadas em experiências anteriores, ao longo de nossa trajetória regular. Por isso, toda reconstrução de mensagem que operamos depende de nossa história, enquanto conjunto de experiências cont rastadas e significadas (Id., p. 77)*

Podemos assim dizer que, a nossa visão de mundo interage com a nossa realidade, com as nossas práticas e com a nossa classe social, pois o *habitus* orienta a ação dos indivíduos, sendo fruto das relações sociais.

Bourdieu compreende “as estruturas da sociedade”, as “classes sociais” como um termo que só possui uma existência didática/teórica, para uma classificação explicativa, sendo “um conjunto de agentes que ocupam posições semelhantes e que, colocados em condições

*semelhantes e sujeitos a condicionamentos semelhantes, têm, com toda a probabilidade, atitudes e*

*interesses semelhantes, logo, práticas e tomadas de posições semelhantes”*

(BOURDIEU; 2000, p.

136)

Observamos, dessa maneira, que o *habitus* não se limita a interiorização de normas e valores, mas, inclui, também, “*os sistemas de classificação que preexistem às representações sociais*

*(...) pressupõe um conjunto de “esquemas generativos” que presidem a escolha (...)*”

(ORTIZ; op. cit,

p.16), ou seja, os *habitus* antecedem e orientam as ações, apresentando-se como social e individual.

*“O processo de internalização implica sempre na internalização da objetividade, o que ocorre certamente de forma subjetiva, mas que não pertence exclusivamente ao domínio da individualidade. A relativa homogeneidade dos habitus subjetivos (de classe, de grupo) encontra-se assegurada na medida em que os indivíduos internalizam as representações objetivas segundo as posições sociais de que efetivamente desfrutam”. (Id., p. 18)*

O *habitus* aparece, assim, como mediador entre a realidade e a visão de mundo dos sujeitos, entre as mensagens e sua interpretação.

Concluimos, dessa forma, que entre “*habitus*” e “*mediações sociais*” existe um espaço em comum, um espaço onde o contexto social age sobre os indivíduos, mas que, ao mesmo tempo, também é modificado por estes, pois ao observar e analisar algum objeto, os sujeitos o fazem tomando como ponto de partida falas existentes até então, e ao (re) utilizá-las reelaboram, ressignificam e ressemantizam tais conteúdos de acordo com sua experiência social e cultural.

*Capítulo 2:*

*Mídia e TV:*

*As Representações e as Mediações da*

*Desigualdade Social*

*2.1. Mídia, TV e Representações*

A comunicação de massa como difusora de representações vem ganhando cada vez mais importância dentro da vida social, visto que as mensagens transmitidas pelos media têm alcançado um público cada vez maior dentro da chamada “*sociedade da informação*” (MATTELART, 1999), o que vem despertando um grande interesse científico.

O desenvolvimento desses meios de comunicação de massa possibilita, a cada dia, a disseminação de bens simbólicos em escala planetária, gerando um processo no qual tais meios tornam-se o mais importante instrumento de transmissão de bens simbólicos, sendo este processo completado pelo seu crescente consumo entre as pessoas.

Com o surgimento da democracia moderna e da sociedade de consumo na segunda metade do século XVIII, a mídia passou a ser incorporada como uma instituição capaz de garantir o fluxo de informações no seio da sociedade e de construir um consenso na opinião pública, essencial à operação dos mecanismos da democracia representativa. A atuação da mídia se dá, sobretudo, no sentido de reforçar os valores já existentes, colocando-se como a principal alternativa de disseminar o conhecimento de nosso passado e nossa herança cultural.

Por essas razões, autores como Junqueira<sup>5</sup> vêem a mídia e a televisão como uma “*instituição básica da moderna vivência humana*”, pois a partir da experiência cotidiana elabora

---

<sup>5</sup> JUNQUEIRA, Lília. *A Televisão Brasileira na Produção da Exclusão*. On Line: <<http://www.odialetico.hpg.ig.com.br/filosofia/televis.htm>> Capturado em 15 Fev. 2005.

um universo de mensagens que representam tal experiência, funcionando como um mundo paralelo, “um espelho da sociedade feita por ela mesma”. Silverstone exemplifica:

*Passamos a depender da mídia, tanto impressa como eletrônica, para fins de entretenimento e informação, de conforto e segurança, para ver algum sentido nas continuidades da experiência e também, de quando em quando, para as intensidades da experiência.*(SILVERSTONE; 2002, p. 12)

Assim, a mídia passa a ser responsável tanto pela distribuição e produção de bem estar quanto de exclusão social, pois os que não tem condições de consumir são ora ignorados, ora representados erroneamente (visão deturpada) na programação midiática (JUNQUEIRA, op. cit.)

Resta-nos, agora, nos conscientizar da presença da mídia em todos os aspectos de nossa vida, e é por ser tão fundamental que devemos estudá-la enquanto dimensão social e cultural do mundo moderno, *“estudá-la como algo que contribui para a nossa variável capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados”*. (SILVERSTONE; 2002: 13)

Omar Rincón (2002) afirma que, assim como a mídia em geral, a televisão é necessária para a nossa vida em sociedade, pois ela gera *“conversa social”*, ou seja,

*[ela] é uma invenção humana, que se converteu em parte fundamental de nossa vida diária, de nossas formas de construir o símbolo, e de nosso modo de criar comunidades de sentido, (...). Pelo que ela faz em sua atuação cotidiana, pelo que nós fazemos com ela, e por sua significação para encantar a vida, a “televisão é o que há de mais importante de tudo aquilo que é menos importante”* (RINCÓN, 2002, p. 14)

Toda a importância dada à televisão fez com que ela transformasse seu conteúdo de simples imagens a formas culturais, a desejos coletivos, a necessidades sociais, pois ela converteu-se na instituição social e cultural mais importante de nossas sociedades (op. cit, p. 15). Isso não limita a sociedade a um *“efeito televisivo”*, mas enfatiza a crescente notabilidade de uma de suas *“instituições”* na produção de sentidos.

Para Rincón, ela funciona como um *“agente socializador”* capaz de limitar comportamentos, valores e aprendizados e gerar experiências, saberes e sonhos que farão parte dos referenciais mais comuns que teremos como nação e sociedade; *“portanto, constitui o espelho social que reflete a cultura que a produz, as identidades frágeis que nos habitam, as*

*estéticas do popular de massa e dos consensos efêmeros, com as quais construímos o sentido para a vida de todos os dias”* (Id., p. 17).

Essa atuação da TV resulta na manutenção da auto-identificação do indivíduo em um número muito grande de espectadores, o que contribui para a sua eficácia. Maria Elisabeth Goidanich<sup>6</sup> (2003), professora de publicidade na Unisul, afirma que nem a família, nem a escola estão preparadas para ensinar a ler tais informações criticamente, porque os adolescentes de hoje já nasceram assistindo TV, então ela é natural, faz parte do dia-a-dia, assim como a propaganda, o capitalismo e o consumo. Considera a publicidade muito poderosa na contemporaneidade, porque fala da sociedade, retrata e estimula comportamentos de compra e de consumo, vendendo, então, valores e representações. Hoje em dia, afirma concordando com Canclini (1995), só é cidadão quem tem direito a consumir.

Para Lavínia Ribeiro (1997), a afetividade social da TV está em promover determinados significados sobre a vida social, *“bem como reforçar convenções sociais e ainda em forjar uma ‘naturalização’ dos seus processos operacionais internos de representação, a fim de promover sua autolegitimação, efetivando-se como ‘portadora de determinadas ‘verdades’ sobre a realidade”* (RIBEIRO, 1997, p. 175-6). Para ela, portanto, seu sucesso se deve ao fato de *“estar em toda parte”*, tematizando quase que a totalidade das instâncias da vida social.

A partir desta breve, porém importante explanação, podemos observar o papel exercido pela televisão na cultura contemporânea, *ela refletiu, moldou e recriou a cultura do século XX.*

Porém, apesar de todo esse alcance, a TV possui “regras” e uma “gramática” que dá especificidade a sua produção, pois nela há a convivência harmoniosa entre diferentes gêneros, fruto de seu discurso polissêmico e intertextual. (VIDAL, 2003)

*“(...) a intertextualidade televisiva se dá em vários sentidos e direções. Um texto visual, sonoro, cromático, dinâmico que está em franca relação com o verbal e que expressa, porque já navegou pela realidade. Anseios, dúvidas, angústias, experiências e imaginação da sociedade”.*(id.).

---

<sup>6</sup> “HOJE em Dia só é Cidadão Quem tem Direito a Consumir”. 2003. On line: <<http://www.unaberta.ufsc.br/entrevista1106.html>> Capturado em 15 Fev. 2005.

O que fundamenta essas “regras” e “gramática” televisiva é a lógica da publicidade e do consumo, ou seja, com o crescente aumento no número de televisores no país as agências publicitárias passaram a se interessar por esse veículo, pois possui uma grande força de atração na vida das pessoas. E para alcançar um de seus objetivos, a venda de determinados produtos, tais agências empenham-se nas pesquisas de opinião para aprofundarem-se nos hábitos de consumo dos telespectadores, e assim descobrir qual o melhor horário para veicular seus produtos. Dessa forma, ainda nos anos 50, a publicidade passou a ser a “força dominante” da televisão brasileira, tendo esta força aumentado e consolidado a cada ano.

Como diz Sodré (1989), a televisão é capaz de reproduzir qualquer coisa, arte, gesto, roupa, informação, livro, comunicação, pois *“a forma televisiva simula operacionalmente o mundo ou os ‘modelos’ atuantes do mundo”* (op. cit., p. 55).

Sodré, enquanto sociólogo da comunicação, delimita a existência de três processos fundamentais que compõem a linguagem da televisão: *“1. Processo de individualização familiarizada; 2. Processo de repetição análoga do real; e 3. Processo de reprodução do já existente e elaboração em espelho da fantasia”* . (Id., p. 56)

O primeiro processo fala da “desindividualização do sujeito”, ou seja, por meio da linguagem uniformizante do consumo e da socialização autoritária a televisão promove uma tentativa de apagar as diferenças individuais. Para manter contato com os telespectadores e exercer sua função fática (estímulo à sociabilidade e a comunicação) a TV se apóia na *“família ”* enquanto grupo-receptor, ou seja, *“o que importa não é este ou aquele membro da família em particular (a mãe por exemplo), mas a família como idéia, em seu caráter de instituição onde predominam relações primárias do tipo cara -a-cara e princípios morais específicos”* . (Id., p. 57)

Esse interesse na instituição familiar é decorrente do fato de que esse envolvimento escamoteia a sua qualidade de *“veículo eletrônico relacionado a um sistema produtor de mensagens cujo verdadeiro estatuto é o da expropriação da palavra do público”* (Id., p. 59). Porém, para que

isso ocorra é necessário que as imagens / programas exibidos apóiem-se em um “campo de significação” que “absorva ou englobe totalmente o “interlocutor””. Nesse caso o espaço televisivo enquanto campo de significação “engole” o receptor, “o espetáculo vai ao receptor – em sua casa” (Id., p. 60)

Contribuindo para essa familiarização dos programas está a figura do apresentador ou do animador, que por meio da “apresentação” sintetiza os vários conteúdos a serem exibidos, por meio dele espera-se que “a tevê ultrapasse os efeitos de mero espetáculo ou de pura informação e se invista da atmosfera de simpatia e camaradagem, característica ideal de grupos primários como a família”. (Id., p. 61) Havendo esse tom familiar provavelmente haverá, também, uma “relação de identificação com as camadas heterogêneas do público” (Id., p. 62).

No segundo processo o que ocorre é uma “representação analógica do real”, ou seja, o que é transmitido pelo vídeo tem a pretensão de ser apreendido pelo telespectador como algo familiar e simultâneo ao seu tempo.

Essa aproximação entre o transmitido e o “tempo do espectador” faz com que haja uma “imediatez na relação vídeo-telespectador”, sendo necessário, para a manutenção de tal relação, o que Sodré chama de “inteligibilidade”, isto é, “simplicidade do quadro, familiaridade da apresentação e clareza das imagens mostradas” (op. cit., p. 71), sendo estes, para o autor, “os elementos imprescindíveis do discurso analógico da tevê”. Isso significa que as linguagens televisivas objetivam mostrar algo que se situa, simultaneamente, fora do vídeo e no ‘tempo histórico’ do espectador, o que demonstra a existência de um “ethos de familiaridade e de instantaneidade, conjugado com a informação (...)” (Id., p. 72).

*O real histórico tem de ser simulado pela tevê, por mais desinteressante que possa parecer. Para o telespectador, a fascinação está no mero olhar, na visão familiar de um mundo que se “presentifica” ao se girar o botão*



*do aparelho-receptor. A televisão é voyeuruse do mundo e faz do telespectador o seu cúmplice. (Id.)*

Para que a repetição do real e o *voyeurismo* televisivo sejam eficazes esse meio de comunicação precisa contar com um *ritmo* peculiar, ou seja, preocupado com a transmissão de mensagens vinculado ao tempo real histórico, a TV busca aproximar-se do ritmo cotidiano/ ritmo vivido do telespectador. Contudo, só a imagem em si não produz uma linguagem simbólica, pois na TV há a imediatez de imagens, restando a “comunicação real (a conversa, o diálogo)” oferecer tal significação.

*É que o compromisso com o real histórico impele a tevê a uma lógica de demonstração, de explicação, que percorre todas as suas possibilidades expressivas. Ela pode mostrar qualquer coisa, mas tem de explicar, de esclarecer o que mostra. E nesta operação, a palavra, o verbo, impõe seu poder ao elemento visual.(op. cit., p. 74)*

Em outras palavras, isso significa dizer que a imagem, por si só, não conceitualiza, pois não possui grande capacidade expressiva, visto que logo perde seu significado quando substituída por outra. “ (...) as significações gerais só podem ser faladas, ditas, jamais narradas por imagens.”

(Id., p. 75)

Quanto à “Reprodução do já Existente e Elaboração em Espelho da Fantasia”, pode-se dizer que ao tentar mostrar/ dizer o real, a televisão termina por construir uma realidade “na forma de um sistema de representações sociais”. Ou seja, ao tentar servir de mediadora entre conceitos e percepções, a televisão elabora um conjunto de imagens, estruturando, assim, uma outra realidade a partir do real dado. Como há uma imensa diversificação desse real, a televisão opta por uma *homogeneização* de conteúdos a partir de “categorias perceptivas simples, mas genéricas” (Id., p. 77)

*A cultura veiculada pela televisão só pode ser uma cultura sincrética, resultante da mistura pouco coerente entre os valores e as ideologias*

*ligadas às classes populares e às classes médias, na medida em que se faz preciso que sejam eliminados todos os conteúdos capazes de dividir profundamente o público.*(CHAMPAGNE, apud SODRÉ, Id.)

Isso leva a não expressão de valores de nenhuma classe em particular e a criação de modelos e representações facilmente aceitáveis pelo público.

Dessa forma, afirma Sodré, tais modelos são elaborados baseados em *“estereótipos culturais e devolvidos ao público na forma de uma relação impositiva, que é a relação televisiva”* .(SODRÉ, op. cit., p. 78). Mas, na tentativa de diminuir esse efeito impositor, continua o autor, *“o sistema cria ficções do tipo “homem médio”, “opinião pública”, “gosto popular” , “características universais da humanidade” e assim por diante.”* (Id.)

Buscando uma maior e mais eficaz identificação entre os telespectadores e os modelos transmitidos, a televisão deu um passo muito importante, ela sincretizou o real e o imaginário, homogeneizando-os. Ou seja, ela trata romanescamente/dramaticamente os fatos reais, e, realisticamente o campo do imaginário, com isso *“reduz a fantasia (.. .) a um reflexo em espelho do real”*. (Id.)

Porém, entre essas duas imagens (a real e a televisiva) há um abismo, que é *“dissimulado ”* pela televisão por meio da familiarização entre imagem e espectador, ressaltando novamente, que para isso é necessário que o meio capte *“traços característicos de seu público, para bem realizar o “contato”.*” (Id., p. 80) Essa apropriação do real se faz a partir de parâmetros morais da “instituição familiar”, ajustando seus conteúdos ideológicos a determinados sentimentos, costumes e tendências já existentes.

Assim, podemos concluir que, embora a TV seja um fenômeno relativamente recente, pois ainda não completou nem um século de existência, na verdade é um dos fatores mais determinantes da atual face do homem moderno e seu inconsciente coletivo, pois, catalisando a emoção, o sonho e a imaginação de todos, a TV estabelece um novo referencial

no qual o homem vê a si mesmo e suas relações humanas, em meio a esses modelos dinâmicos o consumo passa a ser visto como a lógica moderna que embasam tais relações.

*“Assim, o modelo pode ser modernizador, comportando mudanças, embora dentro dos limites desejados pela ordem de produção”. (Id., p. 78) Concluindo, então que “a médio prazo, porém, os aspectos modernizadores veiculados pelo médium tendem a se integrar socialmente, pois de modo geral já estavam contidos como possibilidades na lógica do sistema. No fim, a modernização, educadamente, se impõe.” (op. cit., p. 114)*

## 2.2. A Desigualdade na TV e as Mediações Sociais

As produções ficcionais televisivas, como telenovelas, séries e minisséries de temas atuais, possuem três elementos fundamentais: linguagem coloquial (a linguagem usual visa o fácil entendimento para todos), personagens de classe média (esta presença garante uma identificação entre eles e o maior contingente de audiência nacional. Essa identificação pode ocorrer por se ver refletida nela ou por este ser o padrão social “desejável”) e o mito da ascensão social (serve como uma espécie de “catalisador dos anseios de uma população predominantemente jovem, esperançosa pela partilha de benesses que já desfrutam os personagens” (MELO; 1988, p.52)).

A presença destes elementos faz com que haja uma identificação com a produção, o que leva o público a acompanhá-la dia-a-dia. Isso termina por criar uma impressão de que o fictício convive com o cotidiano, pois também há coincidências quanto ao calendário semanal e histórico em curso. Por eles podemos enxergar a tentativa de se encontrar uma linguagem única que possa atingir todas as camadas sociais. Porém, sabe-se que esses elementos foram elaborados buscando-se englobar, no mercado consumidor, as classes populares.

Classe popular é aqui tomada como a classe baixa, também chamada de classe subalterna, que engloba as camadas C, D e E da população. As emissoras televisivas, em especial, a Rede Globo, alegam estar “reintegrando” estas classes à vida social.

*Ela fala para estes brasileiros, como se falasse deles – sem deixar de considerar os mais marginalizados economicamente para quem acena com a possibilidade de ser como eles. Ela absorve e canaliza suas aspirações emergentes e, cúmplice, coloca no vídeo sua imagem e dessemelhança capitalizando seus desejos para o terreno do possível. Sendo que os limites do possível também é ela quem condiciona sutilmente impondo, com a força da imagem, padrões de comportamento, de identificação, de juízo e até mesmo um novo padrão estético compatível com a nova fachada do país “em vias de desenvolvimento. (KEHL, Maria Rita, “Um só Povo, uma só cabeça, uma só nação”. In.: ANOS 70 – 5 Televisão, p. 11)*

A TV chegou no Brasil em 1950, nesse período esse aparelho era privilégio da elite social brasileira, custava pouco menos do que um carro. Foi só na década de 1960, que este produto deixou de ser um privilégio de uma classe para se tornar “o mais importante ramo de nossa indústria cultural” (ALVES, 1988, p. 112).

Com o passar do tempo, cresceu o número de aparelhos receptores no país, como mostra Júlia Falivene Alves, em *A Invasão Norte-Americana*, “dez anos após [a sua chegada no Brasil], o número de televisores aqui existentes já era de um milhão e oitocentos mil, elevado para seis milhões em 1970 e chegando a cerca de 18 milhões em 1978” (op. cit., p. 111)

Isso fez com que as agências publicitárias passassem a se interessar por este “novo” veículo, visto que se revelava com uma grande força de atração na vida das pessoas. E para alcançar um de seus grandes objetivos, a venda de determinados produtos, tais agências empenharam-se nas pesquisas de opinião para aprofundarem-se nos hábitos de consumo dos telespectadores, e assim descobrir qual o melhor horário para veicular seus produtos. Dessa forma, ainda nos anos 50, a publicidade passa a ser a “força dominante” da televisão brasileira.

Já no início da década de 1970, foi possível realizar a primeira grande conquista técnica da televisão no Brasil: *a transmissão via satélite*. Ela encurtou as distâncias, o país e o mundo, proporcionando um elevado número de telespectadores atingidos e um imediatismo das notícias. A Rede Globo investiu bastante nesta técnica e a destinou a classe média, produzindo belas imagens e logotipos sobre o país que o distanciava do Brasil real, ela separava dois Brasis. E aquele em que se vivia não era igual àquele apresentado na televisão.

Nas décadas seguintes, principalmente na de 1990, há um aumento na comercialização de horários em diversas emissoras, alugados para a exibição de programas de vendas diretas ao consumidor e exibição de programas religiosos. Ao lado da imprensa em geral, a televisão também incorporou a função de “denúncia”, o que lhe ajudava com os índices de audiência. Ainda neste período, a TV foi marcada por um grande processo de mudança, que deu dinamismo à economia. A partir de junho de 1994, quando começou a vigorar o Plano Real, houve uma grande popularização do consumo de aparelhos de som e de TV.

Desde o seu início, até meados de 1998, foram vendidos 28 milhões de TVs, sendo estas compras feitas, sobretudo, pelas classes baixas, como informa o caderno Mais! da Folha de S. Paulo (12/04/1998). Isso é afirmado, pelo fato de as classes A e B já possuírem esses aparelhos, como apontaram pesquisas anteriores a esse novo plano econômico. Como afirma o publicitário Daniel Barbará, diretor comercial da agência publicitária DPZ, em entrevista a Folha de S. Paulo: *“o avanço é na base da pirâmide, com o maior consumo nas classes D e E”*. (op. cit, p.6)

Outro acontecimento importante, além do crescimento da quantidade de lares com televisão, foi que aumentou o número de residências com mais de um aparelho de TV, com videocassete ou com TV paga.

Números de pesquisa realizada pelo Instituto Marplan Brasil<sup>7</sup>, revelaram que 6,3 milhões de lares adquiriram sua primeira TV entre 94 e 97. Com isso, as emissoras passam a preocupar-se em preparar uma programação que seja capaz de atingir e agradar todos os telespectadores, de diferentes idades e classes sociais.

Ainda, em entrevista a Folha de S. Paulo, o pesquisador e crítico de TV Nelson Hoineff afirma que a televisão está cada vez mais parecida com a sociedade, pois, principalmente as TVs pagas, estão cada vez mais “estratificadas” de acordo com gostos de programação. Mas afirma ser incrível o que acontece com a Globo, durante o horário considerado nobre da programação, quando esta emissora consegue reunir uma média de 70 milhões de telespectadores. “Como é possível tantas pessoas e públicos tão diferentes terem o mesmo consumo cultural?”, questiona.

O fenômeno da industrialização generalizada da produção de bens materiais no país não foi (e não é) causada *pela* televisão, mas pelo desenvolvimento nacional que passou a incorporar novas e diferentes faixas sociais ao mercado de consumo. A TV aparece, antes, como “diluidora” da contradição das classes sociais, pois contorna essas barreiras, bem como as de linguagem, e *“transforma qualidade em quantidade”* (KEHL, 1979-1980., p. 21).

Por meio da telenovela, os conflitos entre as classes se transformam. Os pobres e os ricos mantêm uma relação íntima, que permite o casamento. Ele expressa uma “revolução privada”, pois distribui a renda e a propriedade para os cônjuges. *“A facilidade da ascensão social promove a competição entre os personagens e, indiretamente, entre os telespectadores”* , finaliza Ramos. (1987., p. 68 – 69) Pois, forma-se um clima de participação social centrado nos indivíduos, o que dá a *“ilusão de auferir as vantagens do progresso com a aquisição de um eletrodoméstico, ou a aspiração na escala social tal qual o personagem da telenovela”* . (RIBEIRO & BOTELHO, apud RAMOS, op. cit., p. 98)

---

<sup>7</sup> Os resultados dessa pesquisa foram exibidas no caderno Mais!, da Folha de São Paulo (12 de abril de 1998)

Porém, afirma Sodré (op. cit.) que a idéia de modernização, não pode aparecer sem o destaque da marginalidade, que *“designa a falta de atuação ou de participação nos esquemas sociais dominantes”* (Id., p. 115), mas esta não é uma disfunção social, antes, é a *“função verdadeira da forma de acumulação do capital no Brasil. Ao lado da moderna produção monopolista da indústria persiste um setor arcaico que favorece a acumulação do capital industrial”* . (Id., p. 115-6)

Para este autor, o sistema brasileiro televisivo, bem como a publicidade, favorecem esse “capitalismo” por meio da “confirmação do *status quo* através da mercadoria”, pois seus conteúdos significativos baseiam-se em valores da população detentora de renda, que consomem integralmente bens duráveis.

*Uma emissora de televisão com ampla audiência nacional falará cada vez mais de um universo estranho à prática social da maioria de seu público. Para este, constituído de gente excluída da divisão do grande bolo da renda, os bens e os atos mostrados pela tevê só podem ser consumidos em suas funções inessenciais, ou seja, no plano da imaginação – controlada.*  
(Id., p. 116)

Concordamos com Sodré de que o “desejo” gerado ao assistir TV esbarre no consumo impossível, o que provoca graves problemas com o efeito hegemônico produzido pela tevê nas culturas que estruturam simbolicamente os setores marginalizados da população. Isso é muito importante, quando nos atentamos para o fato de que a televisão é um dos principais meios de acesso a informação, cultura e lazer de uma parcela muito grande da população brasileira, e que é, por meio dela, enquanto instituição, que se dá à organização de uma identidade nacional, atuando, também, como campo de batalha simbólico cotidiano.

Durante muitos anos a Rede Globo “dominou” o público televisivo brasileiro, com uma produção voltada para o eixo Rio/São Paulo, com retransmissão para o restante do país, via emissoras locais. Isso fez com que o mercado de consumo do país fosse expandido.

Com o aumento no quantitativo de aparelhos televisivos na segunda metade da década de 1990, as emissoras passaram a preocupar-se em preparar uma programação que fosse capaz de atingir e agradar todos os telespectadores, de diferentes idades e classes sociais. Isso fez com que ocorresse uma flexibilização do mercado áudio-visual no país, o que diminuiu a hegemonia da Globo na produção de ficção televisiva nacional, o que forçou uma melhora na qualidade de produção destes produtos e o surgimento de representações mais próximas do real, seja nas novelas, seja nas séries.



## Capítulo 3:

### *A Ficção Televisiva Seriada: “Cidade dos Homens”*

#### 3.1. A Ficção Televisiva

A TV, enquanto meio de comunicação é, atualmente, mais que veículo de transmissão de mensagens, é um local onde se apresentam e se discutem questões polêmicas de interesse social, e são as ficções televisivas que garantem o sucesso deste meio massivo.

*(...) a ficção se tornou à forma narrativa de maior penetração. Apelando para uma inteligibilidade sensível e emocional, ela estabelece um trânsito mais ágil entre culturas, classes e sexos, restaurando a homogeneidade necessária ao universo simbólico. (...) Assim, (...) a ficção espraia-se por entre grupos de diversas origens e estabelece experiência comuns, referenciais e compartilháveis. (...) (COSTA, 2002, p. 15)*

Para que um “objeto cultural” (BALOGH, 2002) seja considerado como uma narrativa é necessário que apresente cinco aspectos, segundo o Professor Edward Lopes<sup>8</sup>, a saber:

- (1) Início – Meio – Fim: é preciso que a narrativa seja finita e que em seu meio se desenrole, gradualmente, todo o sentido da trama.
- (2) Esquema Contraditório de Personagens: é necessária a existência de conflitos entre os personagens, ou seja, o esquema protagonista *versus* antagonista, mocinho *versus* bandido.

---

<sup>8</sup> Tese de Livre Docência: “Estruturas Elementares da Narrativa: Uma Contribuição a Lingüística Transfrasal”. Unesp, 1974.

- (3) Qualificação dos Personagens: as personagens não devem apenas existir, eles devem possuir características que justifiquem suas ações e os qualifiquem como tal ao longo da história. Ex.: Bandido malvado e trapaceiro *versus* mocinho bondoso e lutador. (Exemplo retirado de BALOGH, op. cit., p. 53)
- (4) Ações Seqüenciais: os personagens devem realizar ações que darão continuidade/seqüenciamento a história e que mostrem as relações entre eles. Ex.: Bandido (agente da ação) ataca mocinho (paciente da ação).
- (5) Temporalidade: deve ser perceptível a temporalidade entre um “momento anterior” e outro “momento posterior” a ação. Ex.: O mocinho persegue e prende o bandido que o atacou – ser atacado (antes) x punir (depois).

Com isso, “*consideramos como narrativa qualquer objeto que tenha os elementos citados, independentemente de seu suporte (papel, tela, pedra, celulóide, etc.) e de sua organização*”. (BALOGH, Id.)

As narrativas apresentadas sob a forma de ficção televisiva possuem a capacidade de transformar a realidade, seja atuando sobre a subjetividade do outro, seja agindo sobre a vida de um grupo social (COSTA, op. cit.), visto que criam um imaginário compartilhado e divulgam um saber que mistura ação e entretenimento, pois se preocupam em mostrar uma

*descrição realista do cotidiano envolvendo situações peculiares, críticas e pitorescas, tratadas com humor e poesia e que, dizem respeito ao dia-a-dia do homem comum, a experiência coletiva dos grupos sociais. Em torno dessas situações, estabelecem valores e consagram visões de mundo revestidas do mais requintado humanismo.* (Id., p. 22)

Porém, “*somente a partir do momento em que um objeto se torna, de fato, valor desejado e que o sujeito se vê impulsionado a buscá-lo, a agir no sentido de obtê-lo, é que temos uma trajetória narrativa*”. (Id., p. 58) Dessa forma, temos dois tipos de trajetórias, as

de realização, nas quais o sujeito está de posse do objeto que incentivou a busca, e as de virtualização, nas quais o sujeito não está de posse desse objeto.

Ao acompanhar uma ficção televisiva, o telespectador entra em um processo de “*distanciar-se de si próprio*”, de “*transcender-se*”, fazendo, assim, um “*desdobramento interior*” (COSTA, op. cit.) provocado pela identificação do espectador com o personagem, pois “*(...), o personagem é a pedra de toque da ficção, (...) pois é ele que promove [um] (...) deslocamento e descolamento de nossa individualidade*”. (Id., p. 27). Isso faz com que haja um intercâmbio entre ficção e “conhecimento lógico”, por meio do “*qual um grupo se define e por meio do qual ele se reproduz de um modo imaginário ao longo das gerações*” (Id., p. 31), elas dão impressão de uma completude e integridade jamais alcançadas pela experiência imediata.

É o compartilhar dessas ficções que baseiam a formação da identidade individual e coletiva, “*construindo formas precisas de sentir e experimentar a vida, das quais são gerados valores, gostos e sensibilidades*” (Id.), elas geram novas formas de sociabilidade, instituindo valores e padrões de comportamento.

Um tipo específico de ficção que vem ganhando cada vez mais espaço nos canais da TV brasileira são as minisséries, que se destinam a um “*público mais exigente e com mais opção de lazer*” (BALOGH, op. cit., p. 61), visto estar inserido no horário das 22hs.

*Em princípio, a minissérie é mais fechada do que a novela, e há uma oportunidade maior de o roteirista aprofundar-se sobre os episódios, (...). [o cerne da narrativa] (...) é o desejo que leva o personagem a ser o sujeito de uma série de ações no sentido de conseguir o(s) objetivo(s) do seu desejo. (Id.)*

Cada objeto narrativo se passa em um microuniverso de normas e valores que, de forma geral, refletem a cultura em que ele está contextualizado. “*Os personagens desejam aquilo que é socialmente valorizado (amor, dinheiro, fama, poder, etc.)*” (Id., p 61), o que faz

com que este(s) objetos(s) de desejo sejam cobiçados por mais de um personagem. Porém, as “*estratégias de construção*” do discurso ficcional na TV são definidos e normatizados pelas demandas de gênero e pela sua formatação.

### 3.2. A Inserção dos Seriados no Cotidiano Brasileiro

Os gêneros que mais fazem sucesso dentro da televisão brasileira são, primeiramente, as telenovelas, seguidas pelas séries e seriados. Como meu objeto de estudo foi uma série, limitar-me-ei a descrição deste formato.

Os primeiros seriados exibidos no Brasil, em 1960, foram norte-americanos, e costumavam ser exibidos em um dia específico da semana, com isto foi iniciado o aprendizado do consumo de programas em série.

Apesar de muitos considerarem os seriados como repetições de outros programas anteriores, deve-se ficar atento para um amplo leque de aspectos que envolve esse formato televisivo, o que lhe garante especificidade.

*Normalmente a produção de série pressupõe o lançamento prévio de um episódio de amostragem, em geral mais longo que os episódios usuais, mas com elementos principais característicos de sua estrutura padrão, constituindo-se numa espécie de “telefilme” de lançamento. Trata-se do chamado ‘piloto’. O potencial da série é mediado pela relação do público ao piloto, se for positivo, a série irá ao ar, se obtiver sucesso durante a temporada, terá certamente novos conjuntos de episódios na(s) temporada(s) subsequente(s). (Id., p. 103)*

Por isso, elas são um produto diferenciado, porque estão menos sujeitas à tirania dos índices de audiência do que as novelas.

O horário mais comum para a exibição das séries é após as 22 hs, principalmente na Globo. Esse formato de ficção televisiva é tido por Dias Gomes como um “*produto de luxo*”

para “*livrar a cara da televisão*”, mas relata que por ser mais bem-acabado que as novelas, é uma forma positiva de levar a cultura ao povo. (GOMES *apud* BALOGH, Id., p. 124) Eles fazem sucesso porque tiram a programação da TV de sua mesmice cotidiana.

*Como se trata de um conjunto de obras de acabamento mais apurado e estrutura mais coesa e menos esquemática do que as demais obras ficcionais da TV, são freqüentemente os momentos em que a minissérie pode se tornar um espaço para testar os limites do televisual e enfrentar o desafio de inovar a linguagem ou de ultrapassar as próprias servidões da linguagem televisual. (Id., p. 127)*

Foi assim com *Cidade dos Homens*, que teve como piloto o episódio *Palace II*, produzido pela O2 Filmes, exibido no especial *Brava Gente*, em 2001, e que hoje, conta com quatro temporadas (de 2002 a 2005).

### 3.3. A Desigualdade Social em “Cidade dos Homens”

A “*Cidade*” é uma favela do Rio de Janeiro. Os “*Homens*” dois garotos, que moram nessa comunidade. Esta série formalizou a parceria da Rede Globo com a O2 Filmes, também produtora do filme “*Cidade de Deus*” .

As relações entre a microssérie e o filme não se resumem a produtora e ao diretor. Laranjinha e Acerola são personagens do livro *Cidade de Deus* , de Paulo Lins, que deu origem ao referido filme, e seus intérpretes são Darlan Cunha e Douglas Silva, que vivem Filé com Fritas e Dadinho no longa. Este filme pertence a uma nova fase do cinema brasileiro, que trata de problemas estruturais da sociedade, como desigualdade social, exclusão e violência, a proposta da série é trazer esta discussão para a TV, e para o cotidiano da sociedade.

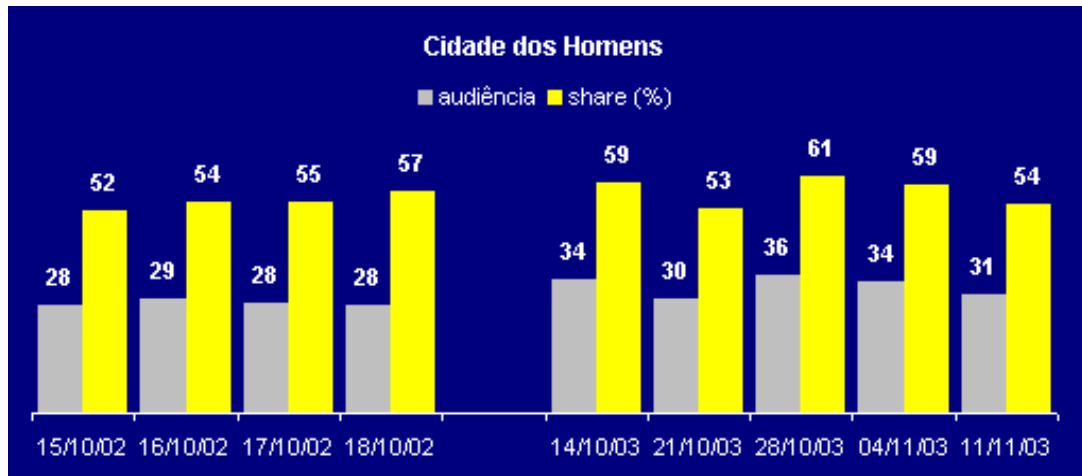
A série conta à estória de dois garotos, Laranjinha (Darlan Cunha) e Acerola (Douglas Silva), que “*convivem com o tráfico de drogas e a falta de dinheiro para conc* *retizarem os mínimos*

*desejos*” . (PETROCELLI, 2002). Além deles, todo o elenco da série é formado por atores do grupo ‘*Nós do Cinema*’ e ‘*Nós do Morro*’ .

Estando, atualmente, na quarta fase, a série conta com 20 episódios, tendo cada fase destacado questões diferentes, sendo as histórias gravadas, em grande parte nas favelas Santa Marta e Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro.

Sem ser fantasiosa, a série pauta-se em um tom positivo, isto é, “*os garotos enfrentam as dificuldades da vida na favela, mas não ingressam no crime.*” ([www.artv.artv.com.br](http://www.artv.artv.com.br)) A realidade mostrada na série parece não possuir nenhum elemento ficcional, parece ser uma cópia fiel da realidade, e isso deve-se ao fato de, o diretor Fernando Meirelles, juntar os atores, que são garotos que moram em favelas cariocas, para um bate-papo antes das gravações, e dar-lhes a abertura para modificarem as falas dos personagens com as gírias usadas nos morros. Foi justamente esta “realidade” que fez com que a série possuísse um alto índice de audiência (gráfico – 2002 e 2003 . <http://comercial.redeglobo.com.br>), no horário das 23h.

**Figura 1: Ibope de 2002 e 2003 <sup>9</sup>de “Cidade dos Homens”**



Fonte: Ibope Telereport – <http://comercial.redeglobo.com.br>

Este quadro gráfico mostra bem a aceitação da série pelo público, na primeira e segunda temporada (2002 e 2003), a partir do aumento no número da audiência nacional e do share (representação percentual de uma audiência específica, no caso a da série, comparada com audiência de todos os programas apresentados no mesmo horário).

De uma forma geral, a série apresentou questões interessantes para que fosse repensada a realidade do Brasil, questões que, antes, não estavam presentes na mídia, e que deixávamos de lado para não nos ferirmos ou não nos surpreendermos com a gigante “vala” que separa os ricos e os pobres. Assim, de uma forma geral, por meio da série “Cidade dos Homens”, o telespectador pode “acessar”, “conhecer” o cotidiano da periferia carioca, a partir dos vários aspectos levantados, como drogas, gravidez na adolescência, violência, falta de dinheiro, de um lado, e de amizade, amor, música, lazer, de outro, e perceber que estes são aspectos que, de uma forma ou de outra, estão presentes na realidade de qualquer cidade do mundo. “O diferencial seria o local ‘de origem’ da fala, não mais do lado de cá ‘da linha delimitadora’ da exclusão. Nessa fala, de acordo com Bakhtin, estariam os rastros, as marcas identificadoras da comunidade produtora em seu momento histórico e social” (VIDAL; 2003).

<sup>9</sup> Os referidos dados do ano de 2004 ainda não se encontram publicados no site.

Esta série, bem como *Turma do Gueto* (Rede Record) apresentou o negro como protagonista na televisão brasileira, para mostrar uma ‘realidade’ onde o maior contingente populacional é composto por pessoas desta cor, o que inovou o “aspecto dramático”. Apesar de não estar em uma posição privilegiada – pois são “vítimas da pobreza, de famílias desfeitas ou problemáticas nada mais serão do que continuadores, conscientes ou inconscientes, do círculo de antemão estabelecido” (Id.) –, esses personagens conseguiram o que foi objetivado, que foi abrir discussões, trazer conhecimento e, principalmente, legitimar a voz de uma categoria excluída.



## Capítulo 4:

### *Metodologia: Uma Busca Pela Desconstrução das Mensagens e Reconstrução de Seus Significados*

A compreensão proposta neste trabalho, sobre as representações da desigualdade social, tornou necessária a construção de uma metodologia que fornecesse material suficiente para uma leitura, fundamentalmente, qualitativa e interpretativa da realidade.

Assim, tal metodologia buscou no discurso de cada indivíduo entrevistado essas representações, elaboradas a partir do ato de assistir um episódio da série “*Cidade dos Homens*”. Em outras palavras, tentei analisar como os sujeitos compreenderam e reelaboraram os conteúdos simbólicos desta série, no que se refere à imagem de seu grupo social.

Na tentativa de se trabalhar tal temática, foi possível conhecer um pouco da realidade e da forma como o assunto é tratado entre a classe popular de Recife. A partir de então, pode-se construir guias interessantes para a construção desse material teórico, que podem ser discutidas partindo das delimitações metodológicas a seguir:

#### 4.1. Quanto aos Sujeitos

Perseguindo uma metodologia que se adequasse tanto aos objetivos da investigação, quanto às suas viabilidades práticas, tentou-se, num primeiro momento, pesquisar as representações acerca da desigualdade social entre sujeitos de diferentes classes sociais. Entretanto, ao se tentar contatar escolas particulares conhecidas pelo status econômico de seus alunos, surgiram os primeiros impasses metodológicos, que analisados *a posteriori* a luz da

pesquisa “*O Personalismo na Reprodução da Desigualdade Social Brasileira: O Tema da Imigração nas Novelas*”, coordenado e orientado pela Professora Lília Junqueira, apontavam para dificuldades de ter acesso à opinião da classe alta. Assim, optamos por realizar as entrevistas apenas com os sujeitos da classe popular e média no bairro de Boa Viagem.

Para acessar os entrevistados, buscou-se informações junto à secretaria do Centro Interescolar Santos Dumont, com a diretora Cristina Gueiros de Vasconcelos, que desde o início incentivou a pesquisa e ofereceu o suporte necessário para que ela fosse realizada, cedendo a sala de vídeo e o tempo de aulas dos alunos, de bom grado.

#### **4.1.1. *Centro Interescolar Santos Dumont***

O conhecido colégio Santos Dumont, localiza-se na Avenida Barão de Sousa Leão, 792, e é um dos colégios públicos mais procurados da região, devido a sua boa localização. O seu bairro, Boa Viagem, é um dos mais luxuosos e procurados da cidade, pois ele reúne tudo o que o consumidor procura: comércio, serviços de qualidade e diversificados, além da praia.

Boa Viagem é caracterizado como um bairro de classe alta e classe média alta, isso devido às atividades realizadas pelo Shopping, galerias, bancos, hotéis, aeroporto, sendo ainda um pólo de turismo, gastronomia e lazer. Mas a realidade não se limita a isso, o bairro apresenta uma desigualdade social que se torna mais visível devido ao grande contraste entre as classes. De um lado há locais de extrema pobreza e, do outro, de extrema riqueza.

Apesar de estar situado em uma das principais avenidas do bairro, o colégio é circundado por várias comunidades carentes, e apresenta como especificidade, o fato de servir como mediador entre as classes média e baixa, visto que atende a alunos de ambas as classes.

Esse fenômeno foi registrado, ainda, na seleção da amostra onde temos renda média familiar variando de R\$300,00 a R\$900,00, e corroborada pelo fato de muitos terem como lazer preferido ir fazer compras no Shopping, já que este fica próximo a suas casa. Outra

opção de lazer, relatada é a ida a praia e as “*baladas*” noturnas do Recife Antigo, já que as do próprio bairro é só para “*filhinhos de papai cheio de grana*”, como relata uma das entrevistadas de 22 anos e que possui renda mensal de R\$ 900,00.

Vemos com isso, que todos os adolescentes entrevistados tentam, de uma forma ou de outra, fazer parte da atual sociedade consumista, e serem, apesar de suas condições de vida, jovens que curtem a vida, para sentir que estão inclusos na sociedade, se não pela classe que fazem parte, mas pelo lazer que consomem.

#### 4.1.2. Seleção da Amostra

O primeiro passo para a seleção da amostra foi à análise da tabela abaixo, que mostra o *Índice de Afinidade* dos telespectadores com a série *Cidade dos Homens*.

**Tabela 1: Índice de Afinidade – Mercado Nacional –  
Média 14/10 a 11/11 /2003**

Índice de Afinidade	Sexo		Faixa Etária				
	Homens	Mulheres	4/11	12/17	18/24	25/49	50 +
<b>MERCADO NACIONAL</b>	<b>102</b>	<b>98</b>	<b>79</b>	<b>142</b>	<b>114</b>	<b>98</b>	<b>85</b>
São Paulo	100	100	86	136	107	97	83
Rio de Janeiro	96	104	69	144	140	105	89
Distrito Federal	93	106	75	113	113	98	100

FONTE: Ibope Teleport

O *Índice de Afinidade* do mercado nacional com a série revelam dados sobre o perfil dos telespectadores que “acompanhavam” a série. Esta tabela é referente ao ano de 2003, onde vemos que não houve uma variação muito significativa entre o número de homens e mulheres, sendo esta mais significativa no que concerne a faixa etária.

Para a seleção da amostra foram levados em consideração apenas os dados referentes à tabela acima que é representativo do ano de 2003, período do episódio selecionado como mensagem, como veremos mais à frente. Dessa forma, tomando por base a categoria Mercado Nacional, já que não foi possível obter dados referentes a Recife, fizemos a delimitação da faixa etária entre 12 e 24 anos, que foi a que obteve, nacionalmente, maior índice de afinidade.

Ao todo, foram entrevistados 20 (vinte) adolescentes, que responderam a um questionário (ANEXO 1) para que fosse traçado o perfil da amostra, sendo classificados nas seguintes categorias:

1. Sexo
2. Idade
3. Renda
4. Bairro onde Mora
5. Religião

Como veremos nas tabelas a baixo.

**Tabela 2: Classificação da Amostra por SEXO**

<b>A</b>	<b>Masculino</b>	11
<b>B</b>	<b>Feminino</b>	9
<b>TOTAL</b>		20

**Tabela 3: Classificação da Amostra por IDADE**

<b>A</b>	<b>13  ---  15</b>	<b>2</b>
<b>B</b>	<b>16  ---  18</b>	<b>11</b>
<b>C</b>	<b>19  ---  21</b>	<b>4</b>
<b>D</b>	<b>22  ---  24</b>	<b>3</b>
<b>TOTAL</b>		<b>20</b>

**Tabela 4: Classificação da Amostra por RENDA**

<b>A</b>	<b>Até R\$ 450,00</b>	<b>4</b>
<b>B</b>	<b>R\$ 450,01  ---  R\$750,00</b>	<b>9</b>
<b>C</b>	<b>Acima de R\$ 750,00</b>	<b>7</b>
<b>TOTAL</b>		<b>20</b>

**Tabela 5: Classificação da Amostra por BAIRRO**

<b>Boa Viagem</b>	<b>11</b>
<b>Outros</b>	<b>9</b>
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

<b>Outros Bairros</b>	
<b>Jordão</b>	<b>3</b>
<b>Prazeres</b>	<b>2</b>
<b>Areias</b>	<b>1</b>
<b>Candeias</b>	<b>1</b>
<b>Setúbal</b>	<b>2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

**Tabela 6: Classificação da Amostra por RELIGIÃO**

<b>Católico</b>	6
<b>Católico Praticante</b>	2
<b>Evangélico</b>	5
<b>Não Sabe</b>	7
<b>TOTAL</b>	20

Apenas, as três primeiras categorias (sexo, idade e renda) foram utilizadas para identificar as falas dos entrevistados, sendo, as demais, usadas, apenas, quando o discurso se referir à categoria de mediações sociais específicas.

#### 4.2. Quanto a Minissérie

A mensagem mostrada aos entrevistados foi selecionada da segunda temporada da série, que foi exibida em 2003. Episódio este, intitulado “*Tem Que Ser Agora*”, escrito e dirigido por Regina Casé, Jorge Furtado e Rosa Amanda Strauss, e se passa em uma praia carioca, isso porque a praia é o local onde o Brasil fica democrático, onde todas as classes se encontram. Mas a praia é também um lugar muito confuso, pois nunca se sabe se uma determinada pessoa é do asfalto ou do morro.

*O grande marcador que caracteriza historicamente a singularidade das favelas do Rio é o fato de estarem originalmente coladas aos bairros de classe média. Se isso foi um fator de tensão constante para os setores mais ricos, pela dificuldade de isolamento espacial, ao mesmo tempo funcionou, junto com outro espaço democrático, a praia, como ponto de encontro entre a cultura popular e a intelectualidade, o que produziu alguns dos fenômenos mais ricos da cultura brasileira – seja na música popular ou no carnaval – e, em geral, uma relação complexa de atração e repulsa, de conflito e de confraternização interclassista. (SORJ, 2003, p.95).*

O episódio mostra o encontro dos surfistas do morro com os surfistas de classe média do Rio, dois mundos totalmente diferentes, que aparentemente não conseguem se falar. A trama publicada no site da série diz o seguinte:

*Laranjinha paquera Camila, e descobre que ela é rica. João é do asfalto, mas namora Tamires, que é do morro. Duda, que é do asfalto foge de Pedro quando descobre que ele é da favela. Acerola namora Lidiane, ambos são do morro. No meio dessas combinações, um grupo de pit-boys quer fazer uma faxina social na praia, pois não aceita essa mistura. (www.cidadedoshomens.com.br)*

Então, fica bem claro o conflito social existente no país, embora os personagens não sejam estereotipados. Isso faz com que o espectador identifique-se mais com os personagens, enriquecendo o discurso no que se refere ao assunto pesquisado.

Este episódio foi mostrado a cada entrevistado antes do início da entrevista, de modo a tornar possível uma observação mais acurada com relação ao objetivo da pesquisa.

#### 4.3. Quanto a Análise da Mensagem

A análise da mensagem foi feita baseada na “análise fílmica” (VANOYE & GOLIOT-LÉTÉ, 2000), visto que objetiva “desnaturalizar” tais imagens, a fim de produzir uma descrição e análise, necessários à compreensão. Por isso, ele está dividido em duas etapas:

- a) *Desconstrução da mensagem* : “decompô-lo em seus elementos constitutivos”, ou seja, identificar e destacar elementos significativos da mensagem, tomar cada cena em si e, assim, “obter um conjunto de elementos distintos do próprio filme”. Assim, “o analista adquire um certo distanciamento do filme” . (Id., p. 15)

Refere-se, assim, a descrição das cenas e do filme.

- b) *Reconstrução da Mensagem* : Separados os elementos constitutivos do filme, resta-nos agora, estabelecer elos entre eles, ou seja, “compreender como eles se associam e se tornam cúmplices para fazer surgir um texto significativo” . (Id.) Não é, simplesmente, recriar ou criar uma nova mensagem, mas acrescentar algo ao já existente. Compõe, dessa forma, a fase de interpretação da mensagem.

Essas duas fases são complementares entre si, e a ida de uma a outra, no texto final, é muito freqüente. Com isto, esta fase de análise, passa a ser composta pelo estudo geral da série como um todo e do episódio selecionado, a fim de identificar os elementos mais relevantes acerca da desigualdade social de renda.

#### 4.4. Quanto a Coleta de Dados

Para a investigação da representação da desigualdade social, optou-se pela utilização de vários recursos metodológicos. Estes, quando trabalhados conjuntamente e obedecendo a uma mesma perspectiva teórico – metodológica, enriquecem o estudo, oferecendo maiores subsídios para articulações teóricas e, conseqüentemente, aumentam a confiabilidade da pesquisa.

A pluralidade de métodos de investigação possibilita a explicação de contradições, de valores e crenças mais arraigados e muitas vezes “protegidos” pelo discurso cotidiano, uma vez que viabiliza formas diferentes dos sujeitos se expressarem sobre um determinado objeto.

Os recursos metodológicos escolhidos para a investigação foram: o método interrogativo, através de Entrevistas Semi-Dirigidas, e o método associativo, através da técnica de Constituição de Pares de Palavras.



#### 4.4.1. *Constituição de Pares de Palavras*

A partir da leitura do livro *O Núcleo Central das Representações Sociais* (SÁ, 1996) e da Dissertação *Aids, Morte. Criança, Vida* . (SAMPAIO, 2001), tomei conhecimento sobre a técnica de *Constituição de Pares de Palavras* muito utilizada para identificar os elementos que compõem as representações sociais. Assim, decidi usá-la na tentativa de evidenciar os elementos mais suscetíveis a fazerem parte da representação acerca do tema investigado e a conexão destes elementos entre si.

Este pareamento se dá propondo-se aos sujeitos entrevistados que formem pares de palavras que lhes parecem “ir juntas”, ou seja, que tenham alguma relação. Solicitou-se, ainda, que os sujeitos explicassem o “porquê” dos pareamentos. Tornou-se possível precisar o sentido de cada termo evocado. Como cada palavra pode ser utilizada mais de uma vez para formar diferentes pares, pôde-se evidenciar os termos polarizadores ou palavras – chave associadas a vários elementos da representação e que por isso tendem a ser seus organizadores.

Para a utilização do Pareamento de Palavras optou-se, num primeiro momento, pela aplicação escrita da técnica (ANEXO2). Entretanto, este recurso não foi bem sucedido na medida em que, por um lado, os entrevistados apresentaram resistências para responder as questões – muitas vezes por medo de cometer erros ortográficos – e por outro lado, desejavam fazê-lo num momento posterior, o que invalidaria a técnica, pois lhe permitiria elaborar suas respostas, eliminando o principal objetivo deste método. Como solução para esta dificuldade, optou-se pela realização do Pareamento de Palavras de forma verbal, com a utilização de um gravador, que possibilitou o registro não apenas das respostas solicitadas, como também dos comentários surgidos ao longo do trabalho, que serviram posteriormente como material de análise.

A evocação das palavras que formaram o pareamento foi feita após a exibição do episódio selecionado, tendo esta servido como ponto de partida para tal evocação e para as demais respostas. Oferecendo, também, relatos articulados que explicitavam os conteúdos básicos que a entrevista semi-dirigida se propunha a investigar. Isto porque os comentários dos sujeitos no Pareamento de Palavras evocavam questionamentos do pesquisador e conseqüentemente novas articulações dos sujeitos, estruturando uma cadeia discursiva que contemplava os temas que se buscava trabalhar nas Entrevistas Semi-Dirigidas. Neste processo tornou-se evidente a importância das entrevistas para a realização deste trabalho, na medida em que seu roteiro pode ser reformulado a partir das falas espontâneas dos sujeitos.

#### *4.4.2. Entrevistas Semi -Dirigidas*

A importância de realização de entrevista se dá por esta ser, ainda, uma técnica amplamente utilizada para a busca das representações sociais, pois possibilita grande riqueza de dados, uma vez que permite trabalhar com o próprio discurso do sujeito, onde são objetivadas as construções sociais. Por meio desta técnica, a pesquisadora pôde esclarecer questões, respostas e expressões que não foram bem explicitadas pelos sujeitos, viabilizando uma maior compreensão dos significados construídos.

Os discursos dos entrevistados possibilitam fazer referência tanto aos conhecimentos socialmente construídos, quanto às práticas percebidas pelos sujeitos.

A entrevista permitiu, ainda, obter informações sobre como os sujeitos que fazem parte da classe popular se percebem e como eles avaliam suas condições, dificuldade para lidar com esta temática, as propostas que lhes parecem mais eficazes para a diminuição da desigualdade social e o suporte institucional que recebem.

#### 4.5. Quanto a Análise de Dados

A análise dos dados foi realizada sempre em relação ao *discurso* do emissor, e com base no quadro teórico já mencionado, bem como em outras fontes como dados estatísticos sobre a desigualdade social. Esta técnica de análise (Análise de Discurso) foi escolhida por levar em consideração elementos que vão além do puramente textual, pois vai buscar pontos sociais / históricos de cada indivíduo a fim de compreender sua formação discursiva. Além disso, ela é capaz de evidenciar as representações sociais dos entrevistados, possibilitando formular uma esquematização de sua estrutura. Com tais conhecimentos pôde-se analisar como os sujeitos entrevistados compreendem e se posicionam diante do tema pesquisado.

A construção simbólica, segundo esta abordagem, deve ser pensada dialeticamente, pois os discursos devem ser tratados não só como práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-cultural e histórico, mas também como partes constitutivas do contexto que deu origem a ele. Assim, para Fairclough,

*o discurso contribui para a constituição de todas as dimensões da estrutura social que, direta ou indiretamente, o moldam e o restringem: suas próprias normas e convenções, como também relações, identidades e instituições que lhe são subjacentes. O discurso é uma prática, não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo o mundo em significado (2001, p. 91).*

Também é relevante o reconhecimento do processo de ressignificação a partir do qual todo enunciado é passível de tornar-se outro, diferente de si mesmo, de deslocar discursivamente de seu sentido para derivar para um outro, o que nos remete ao caráter heterogêneo dos discursos, ou seja, *“todo contexto é híbrido ou heterogêneo quanto à sua enunciação, no sentido de que ele é sempre um tecido de ‘vozes’ ou citações, cuja autoria fica marcada ou não, vindas de outros textos preexistentes, contemporâneos ou do passado”* (PINTO;

1999, p. 32)

Em suma, são os mecanismos e propriedades da linguagem que tornam possível a atividade representativa, dessa forma a análise do discurso é uma metodologia privilegiada para o seu estudo, pois a estruturação das representações sociais varia e depende da inserção dos indivíduos nos grupos sociais.

A interpretação dos dados obtidos na Constituição de Pares de Palavras foi feito a partir dos termos evocados, tendo o pareamento se estruturado numa quantidade grande de termos, que apresentavam sentidos muito próximos. Para sistematizar os dados, tornou-se necessário, então, o agrupamento de palavras com significações semelhantes.

A análise do pareamento constitui-se no cálculo da frequência de cada par de palavras, obtendo-se mapas demonstrativos, a partir dos quais se tem a esquematização gráfica das conexões existentes entre as palavras evocadas pelos sujeitos. Nesses mapas são apresentados apenas os pareamentos com frequência maior que 2 (dois), ou seja, pares que foram propostos por, pelo menos, dois sujeitos, evidenciando os pares de palavras que apresentam certa consensualidade.

## Capítulo 5:

### *Compreendendo os Elos Desconstruídos Para Esclarecer as Representações Existentes*

Para a apresentação da análise dos dados coletados, pontua-se algumas questões que se apresentam e que parecem ser relevantes para a discussão deste trabalho. Para tal explanação, segue-se a seqüência da coleta de dados, discutindo paulatinamente cada um dos métodos utilizados.

A esquematização da leitura dos dados, a partir dos diferentes recursos metodológicos utilizados para a coleta, deve ser compreendido apenas como uma estratégia de apresentação do material. Ao longo das discussões poderá ser percebida a conexão entre os diferentes resultados encontrados, que se articulam em uma teoria do senso comum compartilhada pelos entrevistados. As diferentes falas dos sujeitos, em cada uma das técnicas utilizadas, pertencem a uma rede de significados articulados, devendo ser compreendidas como expressões de um pensamento social, que mesmo suportando certas contradições, obedece a uma lógica interna e a uma coerência que organizam as interações e articulações sociais. A separação didática das falas não deve permitir a fragmentação do discurso, inclusive porque cada novo material apresentado nesta análise estará corroborando e ampliando os dados anteriores.

#### 5.1. Análise Fílmica

Durante o processo de *desconstrução da mensagem* , podemos observar que são 3 (três) os principais elementos constitutivos da mensagem selecionada (episódio *Tem Que Ser Agora* ), as noções de *rico* , *pobre* e *preconceito* .

Eles merecem destaques, pois é em torno deste tripé que se associam os demais termos presentes nas falas dos personagens. Isso valida a tentativa do episódio de mostrar a relação entre ricos e pobres no local considerado como o mais democrático do mundo: a praia, pois, na maioria delas, conta-se com a presença de pessoas de várias classes sociais, havendo, portanto, uma certa interação social.

Apesar de sua peculiaridade espacial, a série conseguiu generalizar sua mensagem, visto que os discursos dos personagens referiam-se a questões populares, prova disto é a presença forte destes três termos nas falas dos entrevistados, como veremos mais à frente. Isso significa que a série atingiu um de seus principais objetivos: apresentar a realidade das pessoas menos favorecidas economicamente. Havendo essa identificação, demonstra-se que símbolos e significados foram trocados, ou seja, mediados.

### *5.1.1. O Ser Pobre em "Cidade dos Homens"*

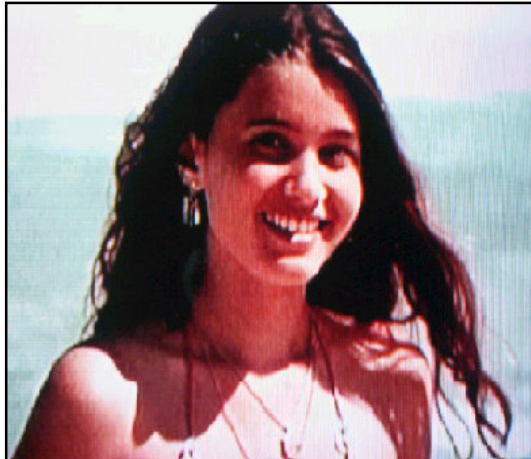
A "*Cidade dos Homens*" é uma favela localizada num morro carioca, e como é observado, há uma grande quantidade de negros concentrados nas favelas brasileiras, nesta não poderia ser diferente, levando-se em consideração a tentativa de aproximar sua representação da realidade.

Com isso, as pessoas pobres do morro são em sua grande maioria negras, só havendo 2 (dois) brancos – Tamires e Pedro – que são constantemente confundidos com ricos.

**Figura 2: Pedro e Tamires**



**Pedro**



**Tamires**

**Figura 3: Laranjinha pensando sobre a mistura de classes na praia**

*Cena 2 (00:07:30)*



**Pedro**

“Praia é muito confuso, fico nervoso! Quer vê: Pedro mora no morro, é mais ferrado que eu, mas só porque é loirinho ganha essas patricinhas aí”.

Apesar de toda alegria demonstrada pelos personagens pobres, eles enfrentam grandes problemas, tanto no que se refere às condições de vida, quando a convivência social.

Quanto às *condições de vida* , temos nas primeiras cenas uma visão de como é difícil se morar no morro, pois as ruas são estreitas e as casas pequenas, sendo algumas de madeira, e isso parece se agravar quando uma visão panorâmica mostra a proximidade com prédios de luxo. É feita então, uma comparação entre as duas classes se preparando para curtir a praia, sendo este o local onde se é demonstrado o segundo problema, a questão da *convivência social* , pois na praia *“tudo é muito confuso”* , como diz Laranjinha, pois como saber se uma pessoa é rica ou pobre quando ela só um biquíni ou uma sunga? Tem-se, então, que buscar novos símbolos para fazer esta distinção de status, entrando novamente, a questão da cor de pele como ponto importante, como é demonstrado abaixo:



**Figura 4:** *Andressa e Laranjinha, ambos do morro, conversando sobre um rapaz.*

*Cena 3 (00:16:44)*



**Leanderson**



**Andressa e Laranjinha**

*(Andressa)*

- Laranjinha, meu amor, ajuda a sua amiga aqui. Quem é aquele moleque ali de azul?

*(Laranjinha)*

- Aquele Paraíba ali? Maior cara de pobre!

*(Andressa)*

- Só cara né, meu amor, porque o celular dele é pequenininho. Já viu o tamanho do relógio dele?

*(Laranjinha)*

- É do camelô.

*(Andressa)*

- Ah, não é mesmo! Eu já to filmando ele há um tempão. Você vê coisa boa de longe.

*(Laranjinha)*

- Olha, eu tenho mais cara de rico que ele!

*(Andressa)*

- (Risos) Meu amor, deixa eu dizer uma coisa pra você, branco até dá pra confundir, agora preto, não tem erro!

Visões desse tipo reforçam a separação entre classes e raças na sociedade, e é no diálogo de Laranjinha com Acerola que vemos de forma mais explícita tal distanciamento.

**Figura 5:** *Laranjinha e Acerola, ambos do morro, vendo Camila, menina rica, passar pela beira da praia.*

*Cena 3 (00:13:41)*



*(Laranjinha)*

- Conhece?

*(Acerola)*

- Não, e tu?

*(Laranjinha)*

- Também não. Jeito de rica não é?

*(Acerola)*

- Por quê?

*(Laranjinha)*

- Ah, sei lá... pelo cabelo!?

*(Acerola)*

- E se for, qual é o problema?

*(Laranjinha)*

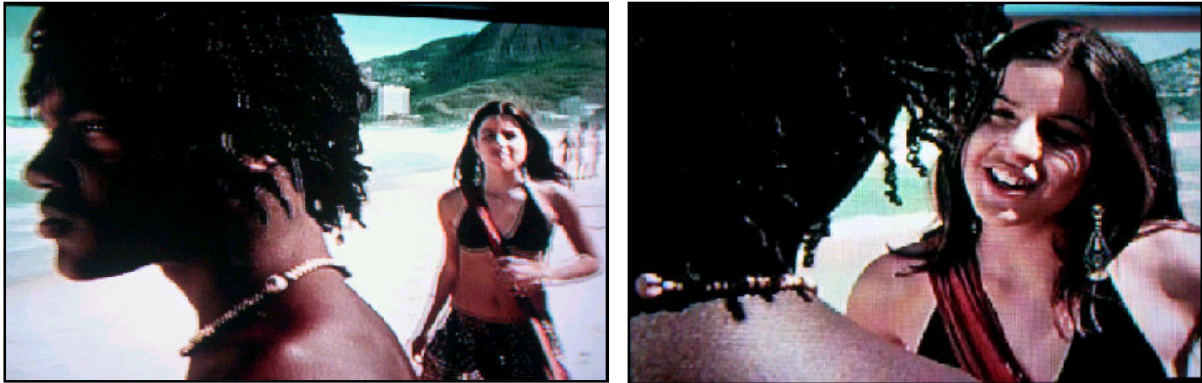
- Qual é o problema? Tu já viu rico namorar pobre? Só em filme, cara!

Dessa forma, criar novos símbolos de identificação de classes sociais – celular, relógio, colar de ouro, cabelo, jeito de andar – faz com que a idéia de distinção já esteja inculcada nos sujeitos sociais, e com que cada um saiba com quem pode manter algum tipo de contato.

Uma relação inversa como a descrita abaixo até que é possível,

**Figura 6:** *Laranjinha pensando sobre a sua aproximação com Camila.*

*Cena 3 (00:17:44)*



**Laranjinha e Camila**

Foi quando uma garota com a maior cara de rica chegou em mim. Como é que ela teve coragem de chegar em mim?! Eu nunca que ia ter coragem de chegar nela!

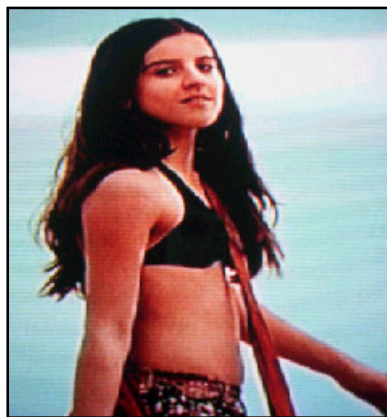
Ou seja, uma pessoa rica pode se aproximar de uma pessoa pobre sem ser mal interpretada, porém o contrário é encarado como uma petulância e desaforo.

### 5.1.2. O Ser Rico em "Cidade dos Homens"

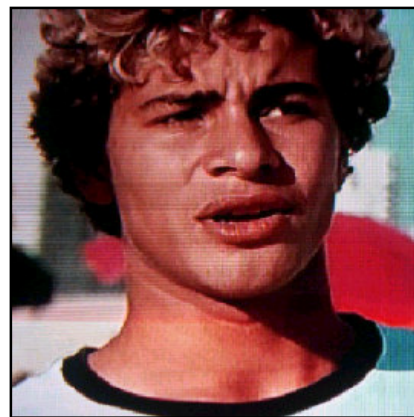
A "Cidade dos Homens" faz fronteira com um bairro de luxo carioca, e convive diariamente com a proximidade física e distanciamento social. Os ricos fazem parte de um Brasil diferente do dos pobres, pois o luxo e o conforto fazem parte de seu cotidiano. Na série todos os ricos são brancos, mas podem ser divididos em dois grupos:

- (1) Formado por Camila e João, que são os ricos "bonzinhos", pois mantêm um bom relacionamento com as pessoas do morro e não são preconceituosos, por isso seus comportamentos são estranhados pelos demais.

**Figura 7: Camila e João**



**Camila**



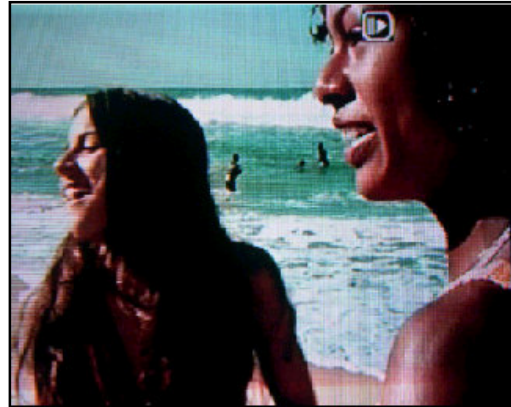
**João**

**Figura 8:** *Diálogo entre Andressa e Camila, quando esta perguntava quem era Laranjinha.*

*Cena 3 (00:15:05)*



**Laranjinha**



**Camila e Andressa**

*(Camila)*

- Quem é aquele bonitinho ali?

*(Andressa)*

- Camila, ta dando mole pra favelado agora, é filha?!

*(Camila)*

- Que horror, Andressa! Me admira você que é da “comunidade” ta mais preconceituosa que as “patis” aqui!

*(Andressa)*

- Ah, meu amor, quero vê quando teu pai te ver com aquele neguinho ali. Vai ser engraçado!

*(Camila)*

- Meu pai? Meu pai vai amar! Meu pai é antropólogo.

(2) Grupo formado por Duda, Carol, Rodolfo e Leanderson, que, em oposição aos primeiros, são os ricos “malvados”, pois defendem a idéia de segregação espacial, racismo e faxina social, como vemos abaixo.

**Figura 9**: Duda, Carol, Rodolfo e Leanderson

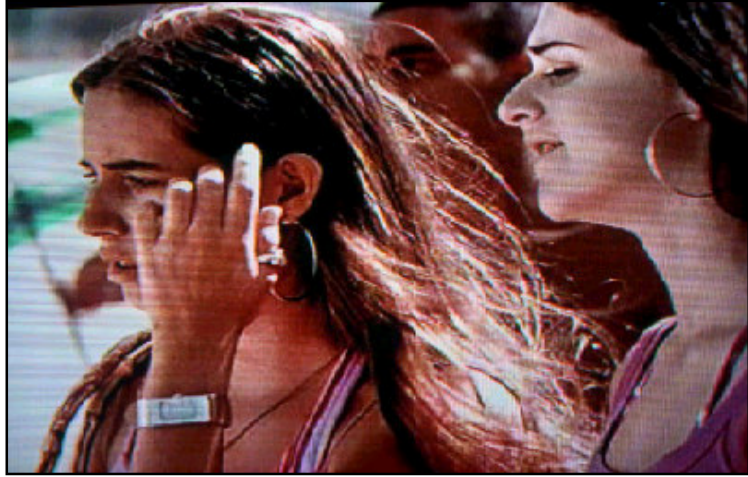


**Duda, Carol, Rodolfo e Leanderson**



**Figura 10:** *Duda e Carol chegando a praia*

*Cena 2 (00:05:20)*



**Duda e Carol**

*(Duda)*

- Carol..!!!

*(Carol)*

- Duda, o que é que tem essa praia?

*(Duda)*

- Cê sabe que eu não sou racista, Carol, você sabe! Eu não tenho o menor preconceito contra preto... mas peraí, mora no Vidigal, vai na prainha do Vidigal. Mora em São Conrado, vai no Cantão de São Conrado. Agora, com uma praia tão grande dessas, vem logo em frente a minha casa!

*(Carol)*

- Pô, fizeram até aquele piscinão pra eles! Eu não tenho o menor preconceito, eu sou até madrinha do filho da minha empregada!

*(Duda)*

- Não! Eu só acho que não tem necessidade!

**Figura 11:** *Rodolfo, Leanderson conversando com um grupo*

*Cena 3 (00:19:10)*



**Rodolfo, Leanderson e os pit-boys**

*(Rodolfo)*

- Ai, galera a parada é a seguinte, Dieguinho ta vindo ai com a galera, porque um neguinho lá rabeou com ele ontem. O bicho vai pegar! É hoje que a gente vai fazer uma faxina aqui nessa praia! Vamos dar uma varredura mesmo, fazer uma limpeza nessa praia!

*(Leanderson)*

- Vamos botar essa nêgada pra tomar sol na laje!

São por pessoas que têm essas atitudes que a relação entre pobre e rico, negro e branco, são conflitivas, o que faz com eles sejam conhecidos, pejorativamente, como “playboys” , “filhinhos de papai” e “patricinhas” .



### *5.1.3. O Preconceito em "Cidade dos Homens"*

Como vimos, o preconceito está presente nos discursos tanto dos ricos como dos pobres, porém, nestes, o preconceito é contra eles mesmos, pois admitir que é pobre ou negro é admitir a existência de limitações que impedem a boa convivência entre as classes. Mas, para os ricos, o preconceito vem vestido com um tom mais negativo, e traz consigo idéias como o racismo e a segregação social.

Vistos isoladamente, esses três termos – rico, pobre e racismo – representam a fundamentação da mensagem selecionada, e, como veremos mais à frente, fundamenta, também, a representação dos entrevistados acerca da desigualdade.

### *5.2. Constituição de Pares de Palavras*

Na tentativa de mergulhar na rede de significações estruturantes dos termos associado pelos sujeitos, foi solicitado que cada entrevistado realizasse o pareamento das palavras por ele evocadas.

A formação de pares de palavras foi realizada a partir do próprio material associado pelos sujeitos. Obteve-se, assim, uma gama de termos com sentidos muito próximos, o que tornou possível seu agrupamento, a partir das explicações semânticas fornecidas pelos sujeitos ao justificarem os pareamentos realizados.

Para um melhor acompanhamento dos dados, pode-se observar os agrupamentos dos termos a partir de palavras mestre, que condensaram vários sentidos implícitos em outros termos evocados.

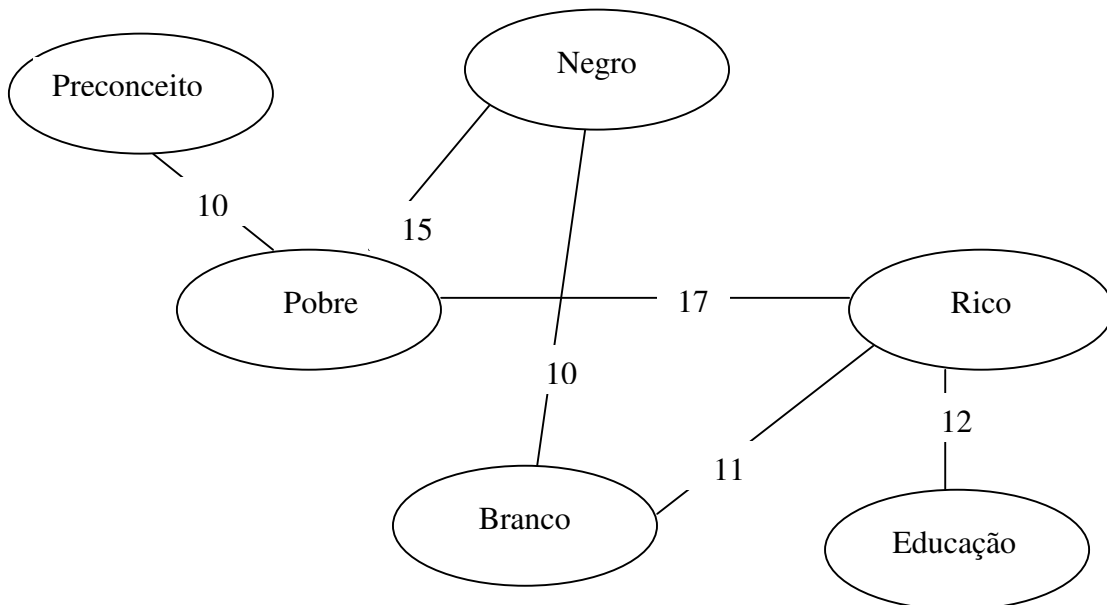
*Tabela 7 : Agrupamento Semântico das Palavras Pa readas*

<i>Palavra Mestre</i>	<i>Palavras Associadas</i>
<i>Pobre</i>	Negro Preconceito Racismo Marginal Miséria Dificuldade
<i>Rico</i>	Branco Preconceito Medo Luxo Estabilidade Conforto
<i>Negro</i>	Racismo Marginal Sofrimento Segregação Favela Injustiça
<i>Branco</i>	Educação Oportunidade Boa aparência Poder
<i>Preconceito</i>	Discriminação Rejeição Racismo Isolamento Abandono Descaso
<i>Medo</i>	Favela Negro Bandido
<i>Educação</i>	Oportunidade Expectativa Futuro Inclusão Dignidade

A partir dos dados obtidos foi possível construir o mapa a seguir que demonstra os pareamentos mais frequentes, identificando, assim quantas vezes cada par foi proposto pelos sujeitos. A partir desse mapa, pode-se visualizar não apenas as conexões mais frequentes, como também as palavras-chave que estruturam os discursos.

Abaixo temos um mapa onde é possível ver os pareamentos mais frequentes e a quantidade de evocação de cada um deles, sendo esses termos fundamentais para a compreensão da desigualdade social representada pelos entrevistados.

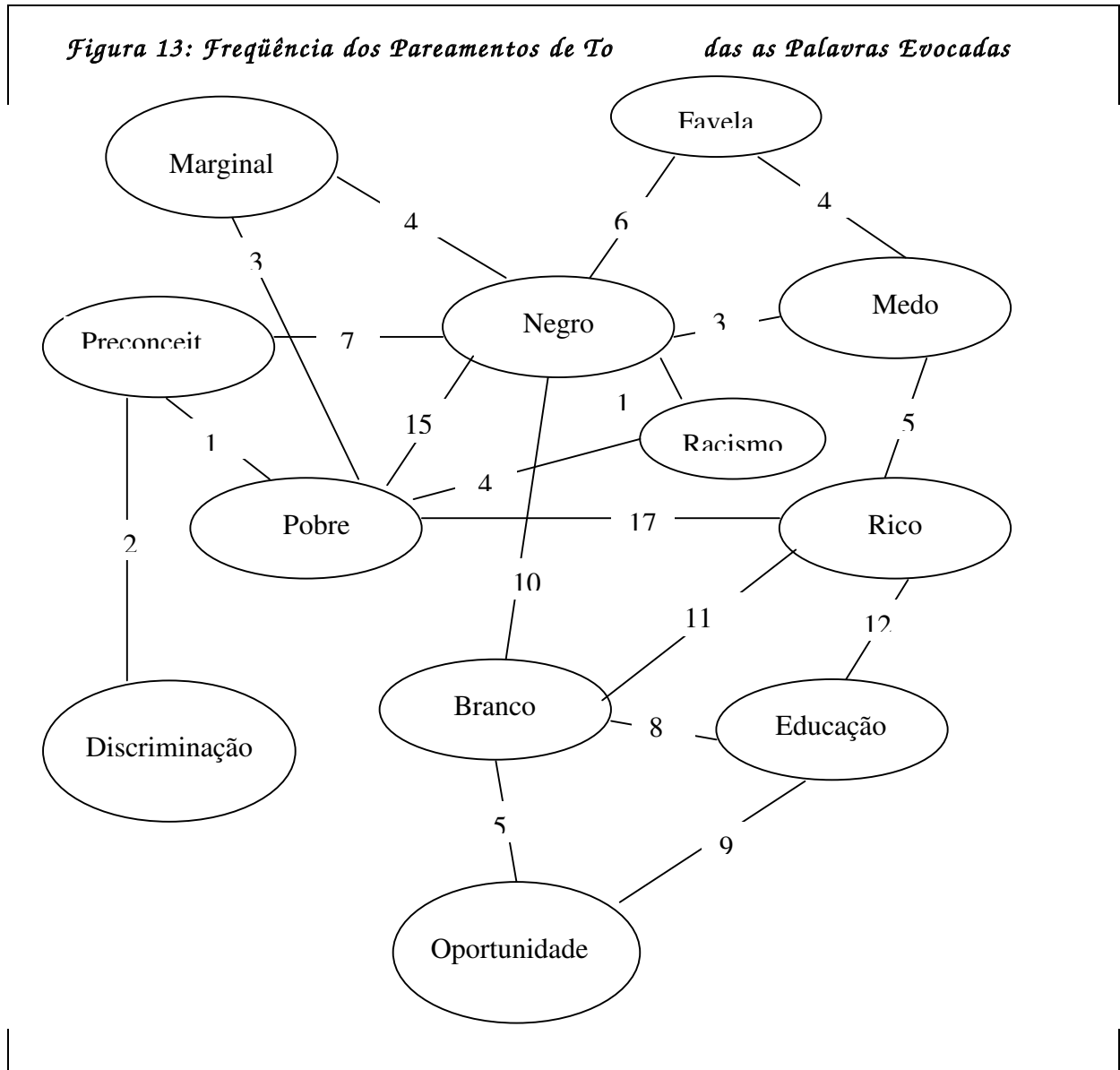
*Figura 1 2: Frequência dos Pareamentos de Palavras Associadas*



### 5.3. Observando o Método

Ao ser solicitado o Pareamento de Palavras obteve-se como resultado não apenas os dados acima demonstrados, mas ainda uma série de novos termos que foram evocados ao longo do processo de pareamento, articulando-se aos discursos sobre desigualdade social. O surgimento desses novos conteúdos pode ser compreendido como uma resposta à dificuldade dos sujeitos de, em poucas palavras e de forma rápida, explicitarem toda uma série de inquietações suscitadas por tal objeto de estudo.

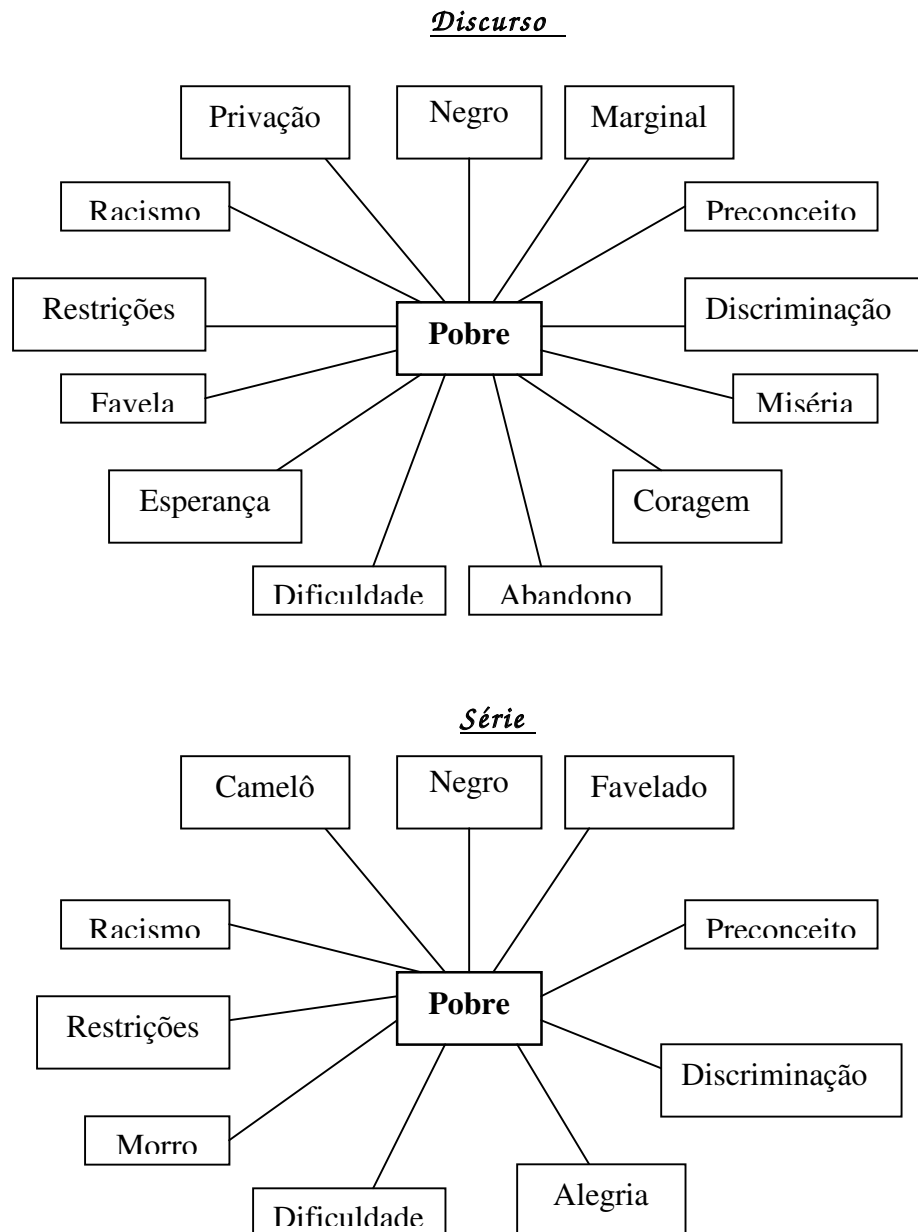
Ao ser convocados a formar pares com as palavras associadas e a explicitar o porque de tais pareamentos, os sujeitos sentem que há algo ainda a ser dito e que não foi suficientemente explicado ou explicitado, lançando mão de novos significados, na busca incessante de nomear um objeto social. Na dificuldade de verbalização dos sujeitos pôde-se perceber um rico material a ser considerado na análise dos dados, uma vez que é no vai e vem das trocas simbólicas que os significados são construídos. Desta forma, optou-se por realizar uma segunda análise dos dados, agora contemplando todas as palavras suscitadas, obtendo-se os seguintes resultados:



A partir da Constituição dos Pares, pôde-se evidenciar que algumas palavras apresentaram um número maior de conexões. Essas palavras foram então, selecionadas, formando-se novos mapas demonstrativos, nos quais pode-se observar todas as conexões realizadas com cada uma delas.

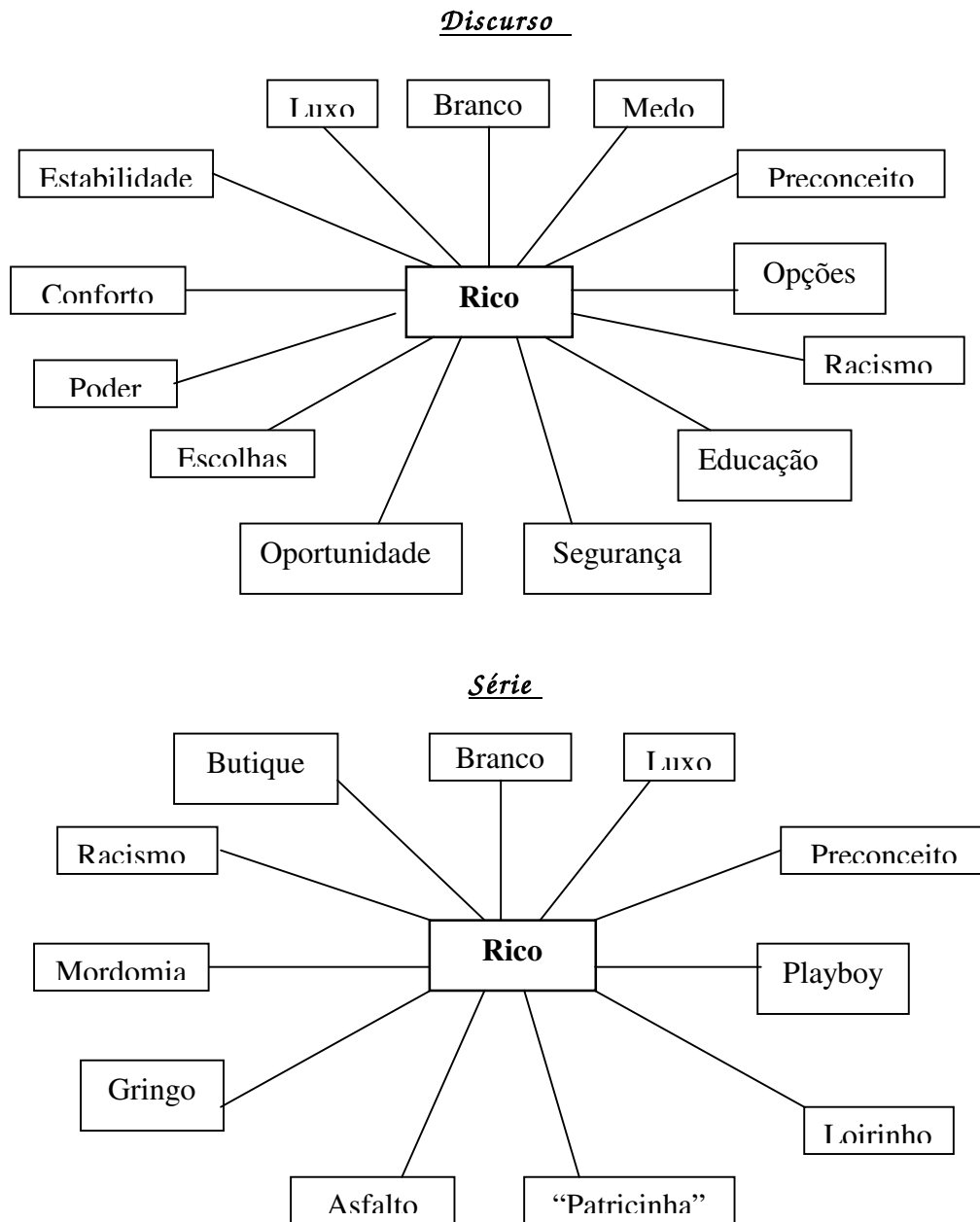
Vamos, a partir de agora, a fim de tornar esta análise mais aprofundada, realizar uma comparação dos termos a partir da série e do discurso dos entrevistados.

*Figura 14 : Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo POBRE*



Os termos associados à palavra *pobre* são bem semelhantes, contudo no discurso dos entrevistados foram encontradas mais conexões, o que pode demonstrar que a vivência de uma realidade faz com que o discurso seja mais rico, já que em 30 minutos, tempo do episódio mostrado, não dá para apresentar a realidade da pobreza com tanta riqueza de detalhes.

*Figura 15 : Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo RICO*

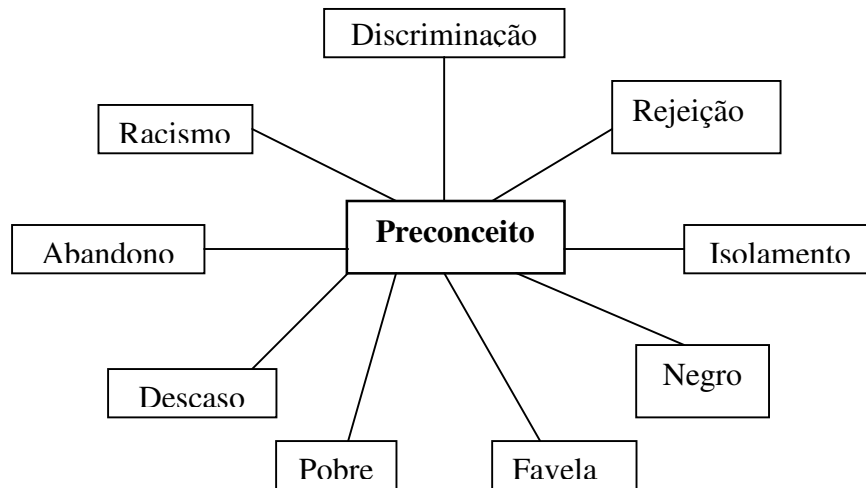


Nos aspectos referentes ao ser rico, os entrevistados e a série apresentaram aproximadamente a mesma quantidade de palavras, porém, cada uma delas possuem suas especificidades, visto que a classe rica da série está em uma relação de maior proximidade com os pobres, o que não acontece de forma tão direta com os entrevistados.

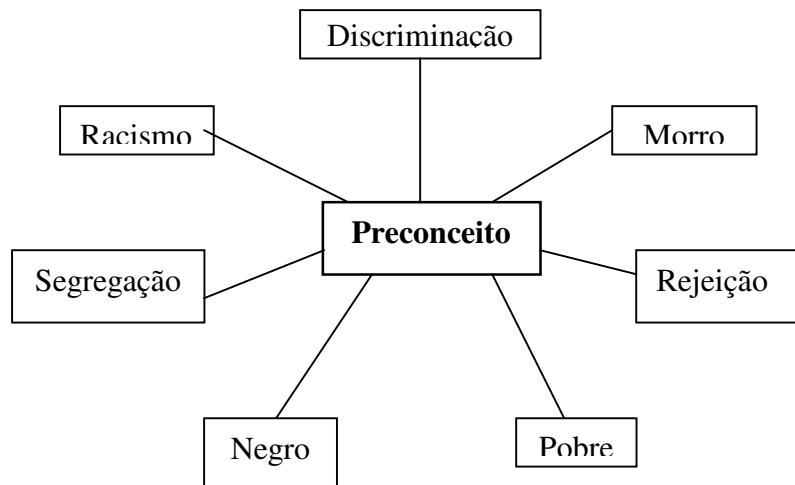
*Figura 16 : Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo PRECONCEITO*

0

Discurso



Série



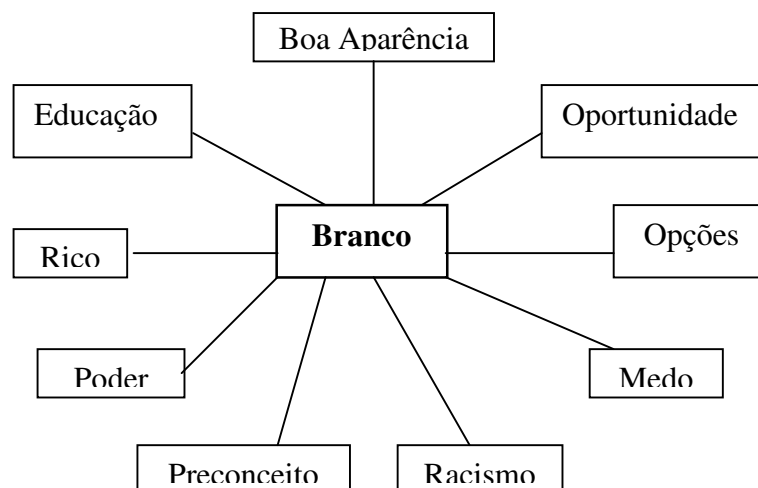
Este mapa, como os anteriores, revelam um grande número de termos semelhantes, significando que a série serviu de mediadora para a formação da concepção deste termo, contudo o maior número de palavras no discurso dos entrevistados, indica, ainda, que o preconceito que se faz presente nestes discursos, provém de outras matrizes discursivas, podendo estas ser identificadas com uma análise mais acurada dos grupos de relacionamento do cotidiano dos entrevistados.



Além destes três termos, outras três palavras foram encontradas com conexões importantes para fundamentar a representação dos entrevistados acerca da desigualdade social, são eles: Negro, Branco e Educação. O primeiro termo fundamenta a mensagem meio que diretamente já que a maior quantidade de pobres são negros, mas é uma visão que não pode ser generalizada já que também conta com a presença de dois personagens pobres brancos. O mesmo pode ser dito da relação rico – branco, já que, mesmo não tendo apresentado nenhum personagem rico negro, a série não deixou explícita essa associação direta.

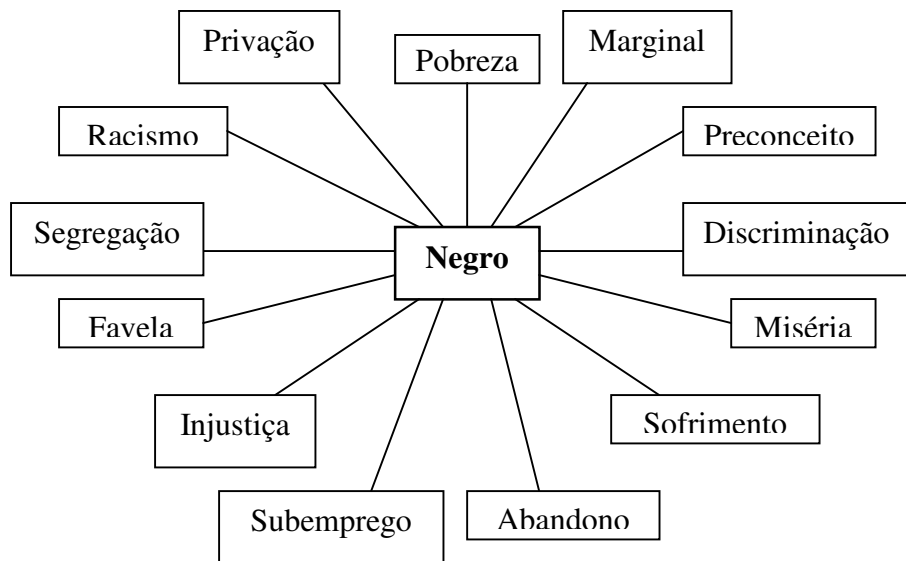
Como essa associação direta, bem como o termo educação não consta na série, conclui-se que é fruto da percepção dos sujeitos entrevistados, e que a idéia de educação é fruto da percepção de melhoria nas condições de vida, daí possuir tanta relevância dentro das representações acerca da desigualdade social.

*Figura 17 : Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo BRANCO*



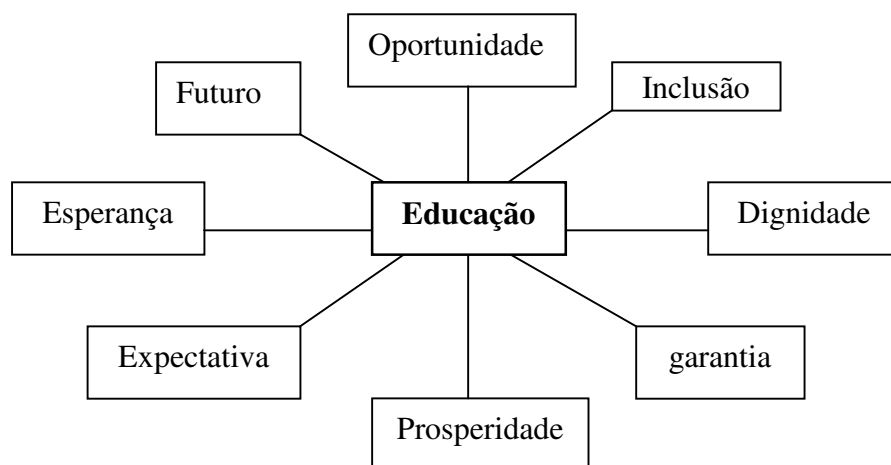
O termo “branco” está intimamente relacionado a “boa aparência” e a “oportunidades”, tanto de educação, quanto no mercado de trabalho, o que faz com que os sujeitos ganhem mais poder e tenham mais opções na vida.

*Figura 18 : Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo NEGRO*



O termo "negro" está rodeado de palavras com sentido negativo, o que revela ser a nossa sociedade, ainda, muito preconceituosa com os negros, e a idéia do "preconceito à brasileira" (DaMatta, 1997) , que refere-se ao preconceito de se ter preconceito, faz com que uma possível harmonia social e racial seja deixada em segundo plano.

*Figura 19 : Demonstrativo das Conexões Realizadas com o Termo EDUCAÇÃO*



Como já foi dito, a educação é para os entrevistados uma das poucas possibilidades de se diminuir a desigualdade social e a única possibilidade plausível de se melhorar de vida. Por isso, com o intuito de prosperar, esse termo está rodeado por outros positivos.

#### 5.4. Lendo os Dados

Os mapas apresentados corroboram as entrevistas realizadas, como veremos mais à frente, na medida em que ao se propor evidenciar as palavras-chave, esta técnica aponta para termos que na análise das entrevistas surgem como possíveis estruturantes das representações acerca da desigualdade social.

Esses dados permitem afirmar que termos como *“pobres”, “ricos”, “negro” “branco”* *“preconceito” e “educação”* ao se articularem com um grande número de outras palavras, organizam o discurso dos sujeitos sobre a desigualdade social, podendo ser, desta forma, compreendida como estruturadores da representação social. Confirmando a posição desses elementos para a construção do conhecimento do senso comum sobre o assunto, observa-se que são essas, as mesmas palavras que formam os pareamentos mais frequentes.

A Constituição de Pares de Palavras associada às justificativas que cada sujeito forneceu para os parâmetros, permite evidenciar o sentido de cada termo, articulando-o numa coerente rede de significações. Na medida em que a análise das entrevistas possibilitará uma explanação mais detalhada das redes de representações que organizam os discursos dos entrevistados, opta-se neste momento por uma apresentação breve das relações estabelecidas entre os significados associados pelos sujeitos, para que não se corra o risco da demasiada repetição dos dados.

Assim, pode-se evidenciar que, a compreensão da desigualdade social brasileira não se apóia simplesmente na divisão da sociedade em ricos e pobres, mas na classificação dos sujeitos em brancos e negros, o que reforça a idéia de abismo social e racial já discutido várias vezes. Observa-se, também, que os adolescentes naturalizaram essa concepção como se fossem legítimas, sem fazer menção de questionar essa separação do Brasil em dois. Ser pobre está claramente ligado a idéia de ser negro, ou pelo menos *“moreninho”* e essa

representação fica muito mais preocupante quando este pobre/negro mora em locais mal estruturados, como favelas, pois junto a ele vem o estereótipo do ladrão, do marginal.

Já, ser rico é ser branco, é conviver com pessoas iguais, que têm boas condições de vida e pode usufruir luxo e poder, e ter, também, o poder e o direito de ser superior aos pobres.

Para os entrevistados, essa idéia é passada diariamente nas novelas e é percebida na vida social quando alguém sofre preconceito por ser negro, pois para eles, mesmo que este negro tenha dinheiro, ele será visto inicialmente como um “provável pobre”. Dessa forma, o preconceito racial é apontado como uma das principais razões para a permanência da desigualdade social, pois se ser pobre é ruim, ser pobre e negro em uma sociedade preconceituosa como a brasileira é pior ainda, visto que as oportunidades para o mercado de trabalho podem melhorar caso o pobre branco ou moreno claro estude e tenha uma “boa aparência”, já que esta se baseia em uma pele clara e em cabelos escorridos ou no máximo encaracolados.

Essa visão contesta, mais uma vez, a existência de uma democracia racial no país, e evidencia o crescente abismo social que grita no Brasil, reforçando a já existente concepção da existência de “*dois brasis*”, sendo a única saída desse fosso de pobreza a educação, porém, de qualidade, que não é oferecida à maioria da população.

Conclui-se, assim, que a representação da desigualdade social tem sua centralidade de significação nas noções de rico e pobre associando-se a estas, a de negro, branco, preconceito e educação. Esses termos estruturam os comportamentos, as comunicações e os afetos dos sujeitos, permitindo-os dar sentido à realidade e as suas práticas sociais, legitimando, assim, suas posturas perante a problemática.

### 5.5. Entrevistas Semi -Dirigidas

As Entrevistas Semi-Dirigidas possibilitaram a articulação dos discursos dos sujeitos, ratificando e justificando dados fornecidos pela técnica de Constituição de Pares de Palavras, corroborando a análise da estrutura da representação social apresentada. Evidencia-se, assim, a coerência dos discursos e riqueza da pluralidade metodológica para a investigação tanto da estrutura quanto do conteúdo das representações.

As entrevistas (ANEXO 3) foram estruturadas a partir de um tema principal: a ligação entre a desigualdade social brasileira e sua apresentação em *Cidade dos Homens*. A partir desta temática, uma série de questões foi formulada possibilitando a construção do discurso dos sujeitos, buscando evidenciar:

- (a) Como os sujeitos compreendem a desigualdade social brasileira e sua (s) relação (ões) com a apresentada na série;
- (b) Como os sujeitos avaliam a desigualdade, suas causas e soluções;
- (c) Quais as principais mediações presentes nos discursos coletados.

Vamos agora para a análise de cada um desses pontos.

#### *5.5.1. A Percepção da Desigualdade Social Brasileira a Partir das*

##### *Concepções de Pobreza e Riqueza*

O que pudemos observar a partir dos dados coletados com a Entrevista Semi-Estruturada corrobora os dados do pareamento de palavras, isto é, que a representação da desigualdade social dos entrevistados não se fundamenta apenas na lógica classe alta – classe baixa ou rico – pobre, mas também em muitos outros termos como favela, luxo, bandido/marginal, estabilidade, medo, conforto, branco e negro, entre outros. Vemos, com isto, que são várias as concepções que baseiam, retificam e reforçam a divisão de classes no imaginário da população, tendo, em sua maioria, uma conotação negativa, o que mostra que a

separação de classes é muito rejeitada e tomada como uma “*desintegração social*”, visto que a classe menos favorecida economicamente, passa a ser desfavorecida, também, socialmente, pois seu acesso à saúde, saneamento e educação adequados fica comprometido.

#### 5.5.1.1. O Que é ser Pobre

A convivência tão próxima de duas realidades tão distintas faz com que o cenário de extrema desigualdade fique mais exposto aos nossos olhos, contudo, a proximidade com este ambiente torna-os comum, cada vez mais incorporado à paisagem urbana, deixando em nós a sensação de que essas diferenças são naturais e legais para o funcionamento da sociedade. Porém, em um contato mais próximo com as pessoas que vivem e convivem com esses problemas diariamente, passamos a questionar essa naturalização, pois passamos a encarar os fatos a partir de outro ângulo.

Quando se fala em termos como: miséria, injustiça, exclusão, precariedade, descaso, medo, dificuldade, para se falar do ambiente em que se vive percebemos como essas pessoas se definem, não como cidadãos, pois não têm sequer o direito de ter o mínimo de qualidade de vida, são assim, apenas, pessoas desfavorecidas.

*“Eu acho que eles [os pobres] deviam procurar um lugar melhor, porque eles sabem mes mo que a pessoa pobre, negra já é uma pessoa escanteada, aí parece que ele quer aparecer mais. Qual é o dele, tentar fazer com que o povo visse ele de um jeito melhor, né? ele no canto dele, e não naquele lugar chique, ir para um canto melhor para eles.” (WSB, ABC<sup>10</sup>)*

---

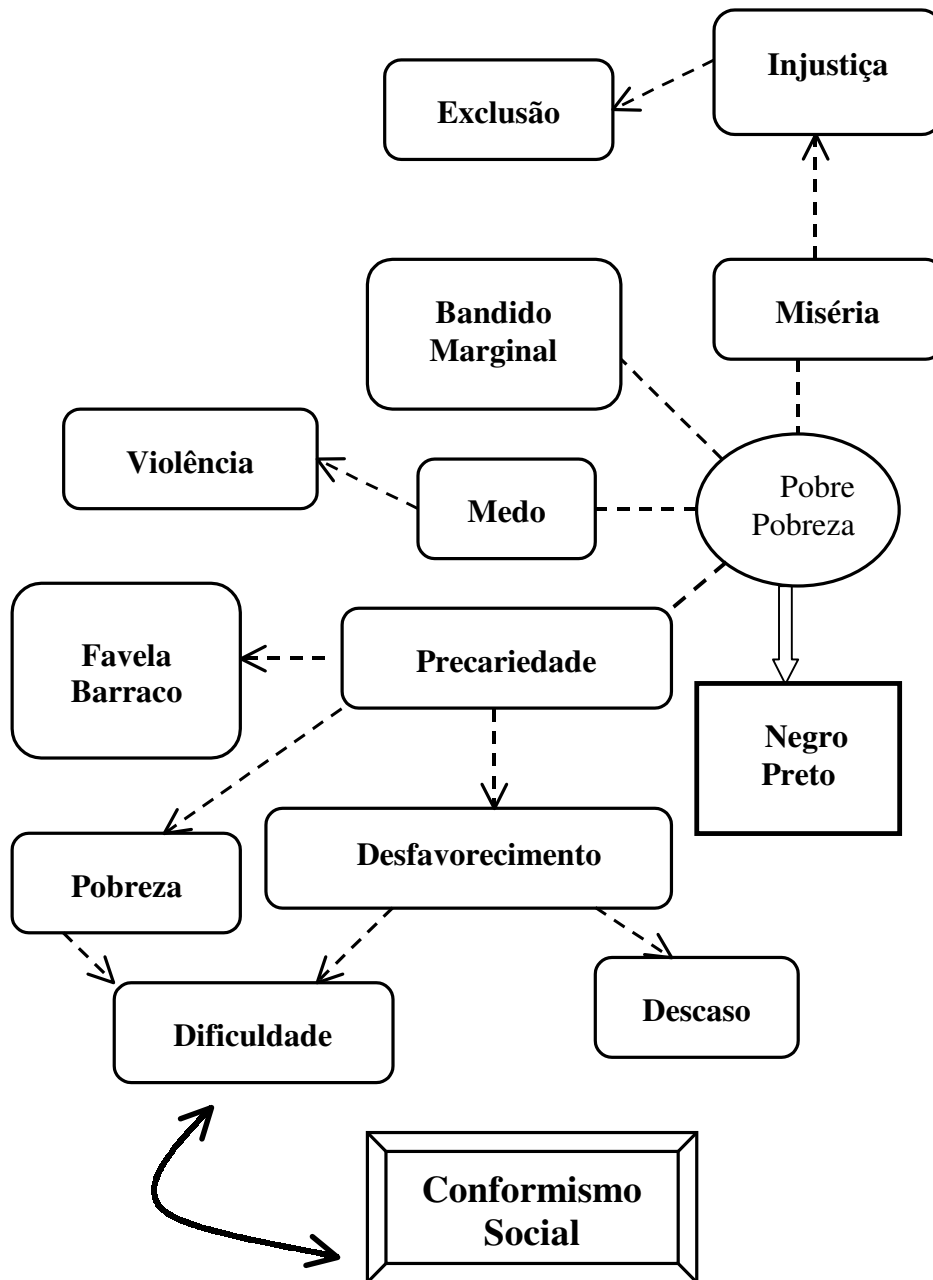
<sup>10</sup> Vale lembrar o que foi falado anteriormente de que essas três letras são categorias que se referem a, respectivamente, sexo, idade e renda média familiar (de acordo com as tabelas das páginas 52 e 53). Objetivando facilitar a consulta de tais dados, essas três tabelas possuem um anexo no final deste trabalho. (ANEXO4)

*“Como a gente mora perto de muitos prédios de luxo, a gente não passa muito perto deles não, só ficamos na nossa área, porque rico não gosta de pobre, e todo pobre tem que saber o seu lugar”. (JAB, BCB)*

*“Os ricos estranham quando vêem aquelas pessoas [os pobres] ocupando o lugar deles, perto da casa deles, e não gostam de nós e a gente sabe disso. A gente não se sente bem com a situação, e até tentou arrumar um outro canto pra ir morar, mas não deu. Só resta agora fazer de tudo para não ficar perto deles, para que eles não tenham razão para mandar a gente sair dali”. (RJ, ABB)*

Ao fazerem tais afirmações estão se calando diante da realidade, estão gerando um “conformismo social” que os deixa cada vez mais pobres e impotentes. Esta é a forma encontrada para superar a dor da diferença que a realidade lhes impôs, esta é a lição fundamental para sua sobrevivência.

*Figura 20 : Temos Que Guiam a Representação do ser Pobre*



Este esquema organiza os termos que guiam a representação do ser *pobre*, da *pobreza* dos adolescentes entrevistados. Ele mostra que a associação entre os termos *pobre* e *negro* foi a mais forte (mais freqüente) entre todas, por isso merecer um destaque maior no quadro acima. Já as demais relações, se dão no sentido em que decorreu nos discursos, ou seja, cada seta



indica a maior freqüência numa série das palavras presentes nos discursos, por exemplo, ao se falar de pobreza (termo central da questão), alguns entrevistados referiram-se ao termo miséria, ligando este a injustiça social, acarretando, assim, uma exclusão dos sujeitos frente à sociedade.

Por associar todos esses termos negativos à pobreza, é gerado um *conformismo social* , como se nada pudesse ser feito para mudar esse quadro de representação e realidade.

Outros aspectos interessantes revelados por esse esquema, são as relações diretas entre Pobre/Pobreza – Medo – Violência e Pobre/Pobreza – Bandido/Marginal. Numa visão mais comum da realidade teríamos, normalmente, uma outra seqüência que passaria pela precariedade ou pela miséria para se chegar a violência, ou a marginalidade, pois a pobreza gera privações, que gera exclusão e que resulta, algumas vezes, na marginalização do sujeito. Contudo, a representação dos entrevistados, mostra essa ligação direta, demonstrada acima, o que pode ser explicado como resultante de uma mediação midiática, pois esta produz um simulacro da pobreza ligando-a, automaticamente, a esses termos, o que aumenta o preconceito com os pobres e negros e o medo dos excluídos sociais.

É importante, ainda, ressaltar que, para os entrevistados, ser pobre não se limita apenas a condições de vida precária e falta de dinheiro. Ao serem questionados sobre “o que é pobreza? O que é ser pobre?” , eles destacaram dois tipos: (a) a pobreza cultural e (b) a pobreza financeira:

#### (a) Pobreza Cultural

*“Tem a pobreza cultural, que eu acho que é a pior, porque tem gente que é pobre e que é extremamente inteligente, e tem gente que é rico e que é burro, e acho assim,*

que a pobreza cultural é a pior porque você não vai conseguir estudar, não vai conseguir nenhum trabalho, não vai se sobressair, ou até ser promovida em um trabalho". (CQS, BDC)

"Dinheiro é importante, mas a pobreza de conhecimento é pior, por que com ele você forma uma estrutura intelectual que vai dar base a toda sua vida de estudante e profissional". (JAB, BCB)

"A gente vê que as pessoas que tem dinheiro, às vezes, não tá nem preocupada em estudar, só quer curtir a vida, mas ela não vê que o homem pode vir e lhe tirar o dinheiro, mas a inteligência ele não tira, sua cabeça ele não te tira... dinheiro se acaba, dinheiro é material, e isso aqui [a cabeça] é mais importante que dinheiro... se eu fosse um cara bombado, eu ia procurar o máximo estudar..." . (CF, AAC)

### (b) Pobreza Financeira

"Falta de grana pra sair..." (MSS, ABB)

"Pobreza é não ter emprego para ajudar no sustento da casa". (SB, BDB)

"É ver aquela roupa e não ter dinheiro pra comprar". (JW, ABB)

Vemos dessa forma que, para os entrevistados a pobreza/ser pobre é muito difícil, mas é uma situação que pode ser superada se tiver o esforço do sujeito, pois a inteligência e o estudo são, talvez, os meios de se conseguir uma melhor qualidade de vida.

#### 5.5.1.2. O Que é ser Rico

Ao se falar sobre o que é ser rico, a conotação das palavras passou a ser positiva, e termos como luxo, inclusão, sonho, estabilidade e dignidade, representam algo que os entrevistados querem para si, mas esse desejo fica apenas no âmbito imaginário, pois as condições reais lhes impedem de concretizarem tal desejo. Acreditam, em sua maioria que ricos não gostam de pobres,

*“Esse povo que tem um poder aquisitivo mais alto, mais rico, ele discrimina muito quem não tem, quem não é igual a eles”. (JCR, ACA)*

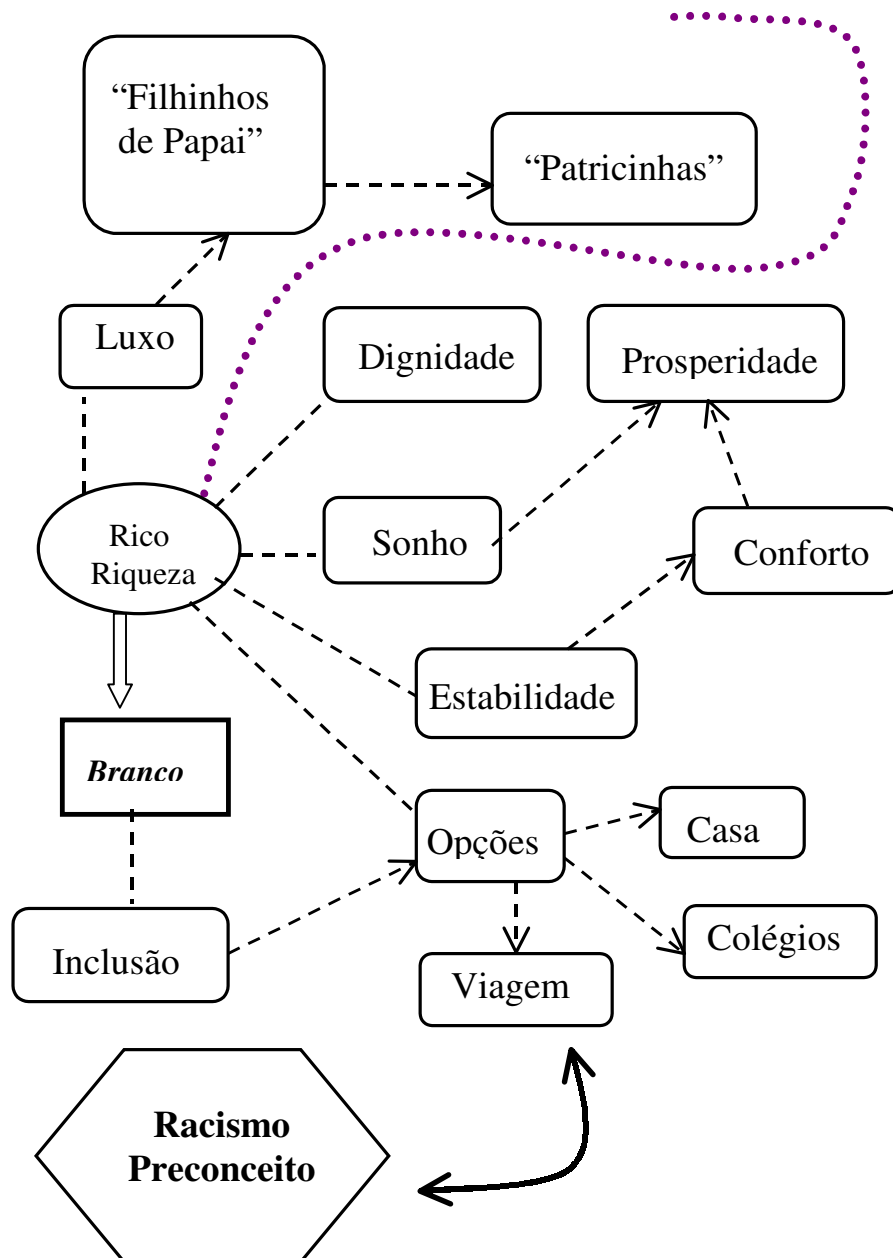
*“Os ricos não se preocupam com os pobres, porque eles estão aí convivendo com os ricos, eles não vão querer conviver com pobres, porque as convivências, assim como eles, têm condição de colégio, casa, a convivência é mais com pessoas da classe deles. Aí eles nascem e se acostumam com aquilo aqui e não dão valor as pessoas que são de renda baixa, né?, aos pobres”. (CF, AAC)*

*“Branco não gosta de pobre, fica sempre querendo ser mais”. (SAS, BDB)*

*“Rico não gosta de pobre, só gosta do pobre pra trabalhar pra ele”. (SMC, BBB)*

e que o *preconceito* e a *discriminação* são uma das principais causas para a manutenção da desigualdade social, pois as elites, ao invés de cobrarem ações que diminuíssem a distância entre as classes, exigem reforço do poder de polícia para se protegerem dessas pessoas.

*Figura 21: Termos Que Guiam a Representação do ser Rico*



Neste esquema vemos implícita uma separação do termo *Rico/ Riqueza* em duas partes, uma negativa e outra positiva. Na primeira delas, foram utilizados termos pejorativos para se fazer referência ao termo, isto pode ser entendido como uma rejeição, pois os ricos podem representar uma projeção de seus desejos, que têm que ser recalçados por causa de suas condições reais de sobrevivência. Já na segunda categoria, o termo é visto positivamente, pois incluem palavras e qualidades que, segundo os entrevistados, são merecidas por todos, mas que só os ricos alcançam devido suas oportunidades de vida. Tudo isso faz com que o *preconceito e o racismo* sejam disseminados na sociedade, pois os que possuem tais características querem conviver com iguais, com pessoas que tenham educação, conforto e luxo no mesmo nível que o seu.

Enquanto a pobreza não se limita a ausência de dinheiro, ser rico é para eles

*“Ter luxo e dinheiro também, é ser feliz... dinheiro não para luxar, mas para ter comida todos os dias, para pagar suas contas, para ajudar os outros, para estudar em um bom colégio”.* (CQS, BDC)

*“É ter dinheiro, bondade e cultura...”.* (CAS, ABC)

*“Ser rico é ter uma vida boa, cultura e dinheiro na caixa”.* (JAB, BCB)

Percebemos com isso que ser rico envolve dinheiro, pois este é o único meio de manter um padrão de vida adequado para que se possa viver em paz para poder trabalhar e estudar, é ser reconhecido socialmente, é manter uma estabilidade, é conseguir um conforto, a prosperidade e uma vida digna.

### 5.5.2. Como os Sujeitos Avaliam a Desigualdade: Suas Causas e Soluções

Tendo consciência de que o quantitativo de pessoas pertencente à classe popular é bem maior que o de integrantes da classe média e alta, e de sua visível distinção, os entrevistados compreendem a desigualdade social como uma “*coisa real*”, que dificulta e impõe obstáculos à vida cotidiana. Contudo, a cidade tem sido um laboratório no qual a sociedade vivencia os dramas e desafios de sua coesão social e experimenta as formas de superar as ameaças à sua manutenção.

Quando incitados a falar sobre a desigualdade social os entrevistados expuseram algumas “causas” que justificam a manutenção da desigualdade, sendo as mais citadas:

#### 5.5.2.1. Gov erno

“(…) A culpa é do Governo, eles é que deviam tomar... cuidar disso, para que melhorasse” (JCR, ACA)

“O governo devia dar o suporte necessário para que todos se conscientizassem de que a qualidade de vida dos pobres melhorando, iria melhor tudo mais. Só que os ricos só pensam neles e ao invés de investir na sociedade, só se preocupa com sua segurança”. (CAS, BBC)

#### 5.5.2.2. Preconceito e Racismo

“A educação de casa é muito importante para a formação da criança, talvez até mais que a da escola, porque se os pais souberem educar seus filhos eles crescerão educados e jamais vão viver com racismo e preconceito com as pessoas negras e pobres. Mas se os pais não conseguiram fazer isso, não tem escola boa que vai conseguir”. (S.B., BDB )

*“É a cultura de onde a pessoa veio, né? Você vê, aquela menina toda “patricinha” que tava tão acostumada com dinheiro que não queria namorar com um favelado, por isso é que eu disse, a cultura vem de casa, elas... vê os pais com estudo e dinheiro, e sabe que o pai não vai gostar de você é um “neguinho” com ela. Preconceito de raça e da condição da pessoa, né?” (SAS, BDB)*

### **5.5.2.3. Educação de baixa qualidade**

*“A educação oferecida nas escolas públicas são muito ruim, os professores faltam direto, nunca temos todas as aulas... tem gente que gosta, mas é só ilusão porque quando chega no final do ano a gente não aprendeu quase nada. E se quisermos continuar nosso estudo em uma faculdade, quase não temos chance de passar no vestibular”.(MGF, BCC – aluna do 3º ano).*

*“A educação da escola é muito importante para a vida de todo mundo, mas parece que as pessoas não entendem isso, porque a qualidade do ensino é muito baixa... só quem estuda e se interessa é que sabe... por que para os alunos que não se interessam isso aqui é o paraíso, mas também têm muitos alunos como eu, que querem estudar para ser alguém na vida, para poder ter mais chance no mercado de trabalho... é uma luta muito difícil”. (CQS, BDA)*

*“A educação do rico é que garante que eles vão continuar vivendo bem. Os pobres sendo educados não iriam virar ricos de uma hora para outra, mas ia melhorar a condição de vida deles”.(CAS, ABC)*

#### 5.5.2.4. Salários baixos

*“O salário que uma pessoa recebe é que vai determinar a condição de vida dela. Por que se a gente tem um salário adequado, digno, é óbvio que a nossa família vai ter assim... o básico vai ter o necessário, e a gente não vai assim... é... assim... passar por tanta necessidade. Quer dizer, vai haver uma coisa mais proporcional, mas a gente vê o contrário, a gente vê a pobreza superando cada vez mais as pessoas que tem uma condição de vida melhor”.(GGS, ACB)*

*“Seria muito bom todos poderem ganhar salários adequados para levar uma vida sem necessidades, mas... dificilmente você consegue trabalhar e estudar ao mesmo tempo, já que a maioria dos serviços é em horário de expediente, e você chega tão cansada... já um salário melhor indicaria que você poderia pagar uma escola, mesmo pequena, para terminar os estudos e assim ter mais chance de entrar no mercado para disputar uma vaga... mas, quem trabalha sabe que não é tão fácil assim...” (TVB, BBA)*

Dentre as causas apresentadas, podemos afirmar que a única que está presente de maneira marcante no episódio mostrado aos entrevistado é a questão do *preconceito e do racismo*. Temos, assim, concepções retiradas de outros grupos de referência, e vemos partir de suas falas que o aporte institucional oferecido à maioria da população é muito precário e que isso vai fundamentar todas as outras tentativas de se explicar a(s) causa(s) da desigualdade social, pois se o governo não oferece suporte para o desenvolvimento da sociedade fica muito difícil uma família que já teve um nível educacional baixo e, muitas vezes, com sub-empregos conseguir manter um filho até os 17 anos só estudando. Contudo, pudemos perceber que esses adolescentes compreendem a **educação de qualidade** como a



única forma de, em longo prazo, diminuir a desigualdade social, pois com ela se tem uma melhor preparação para o mercado de trabalho e, conseqüentemente, a garantia de melhores salários.

### 5.5.3. *As Mediações Presentes nos Discursos Coletados*

Como já foi exposto no Capítulo 1 (página 21 – 22), Guillermo Orozco Gómes propôs quatro grupos de mediações: videotecnológica, individual, situacional e institucional, tendo sempre consciência de que a cultura impregna todas elas e que essas categorias não são excludentes.

A primeira, *videotecnológica*, é que faz com que a realidade já chegue pronta para os telespectadores, promovendo a importância de alguns padrões e a exclusão de outros, legitimando-os e naturalizando-os.

A segunda, *individual*, não é facilmente identificada, mesmo sabendo-se de sua existência, pois se baseia na identidade e na história de vida de cada indivíduo, bem como na idade, situação sócio-econômica, crenças e valores, o que faz com que os fatos sejam avaliados de várias maneiras.

A terceira mediação é a *situacional*, que já é sabida sua existência antes de se iniciar qualquer pesquisa, mas é inevitável, por isso decidi realizar a coleta de dados em um colégio, visto que é um ambiente onde os adolescentes sentem-se mais à vontade, já que estão entre amigos. Isso possibilita, certamente, que o sujeito fique mais relaxado, o que permite respostas menos “elaboradas”, ou seja, eles falam mais espontaneamente.

A quarta, a *mediação institucional* é a mais facilmente percebida, pois é a partir da relação que os sujeitos possuem com as instituições que compõem a sociedade, que se tem diferentes formas de interação social e de interpretações da realidade.

Foram as instituições presentes nos discursos dos entrevistados:

***Tabela 8 : Mediações Identificadas nos Discursos dos Entrevistados***

<b>1</b>	<b>Mediação Política</b>	CAS, JCR
<b>2</b>	<b>Mediação Religiosa</b>	CAS, JCR, GGS, JAB, CF, AB, SAS, SMC, JW, CQS, TVB, AFG, MGF
<b>3</b>	<b>Mediação Social</b>	CAS, JCR

É interessante observar que (1) e (2) foram encontradas, principalmente, entre os Católicos Praticantes, que são membros ativos das suas paróquias locais. Citando os feitos de Cristo, defendem a melhoria das condições de vida das pessoas carentes e da melhor organização da sociedade, estando, assim, a religião ligada a política.

A mediação (2) foi encontrada em sujeitos que possuem algum tipo de religiosidade, sejam eles praticantes ou não, estando explícito com maior força entre os Evangélicos e os Católicos Praticantes. Vale ressaltar que, para os frequentadores de Igreja, a religião fundamenta valores, regras de comportamento, normas e formas de compreensão da realidade, talvez daí decorra a sua maior evidência.

Coincidentemente, ou não, o discurso das pessoas que disseram não saber qual a sua religião (RJ, MSS, TB, SB, EFS, WSB, JSB), não trouxeram falas com mediações fortes, falando apenas a partir do que foi visto na série ou citando exemplos de sua vida para explicar fatos. O que nos leva a propor que tais pessoas falam a partir de sua vivência, sendo nestas a *mediação individual* a que possui maior força.

Vemos, com isso, que todos nós somos mediadores, pois estamos rodeados por um contexto, por *habitus*, por sonhos e medos que guiarão, ou até mesmo, determinarão nossa visão de mundo, nossas representações sociais.

## Capítulo 6:

### *Identificações e Rejeições Entre os Entrevistados e os Personagens de “Cidade dos Homens”*

Questões referentes aos personagens de determinada ficção televisiva se fazem muito importantes em pesquisas de recepção, pois por meio delas é possível chegar a pontos referentes à identificação ou rejeição de seus personagens, por parte dos telespectadores, o que nos ajuda a compreender os valores dos sujeitos entrevistados.

No roteiro de entrevista proposto para a pesquisa (ANEXO 3), temos 4 (quatro) perguntas que se destinam a esse fim:

**4. Qual(is) o(s) personagem(ns) que você mais gostou? Por quê? Fale um pouco sobre ele. Como você o(s) descreveria(m)? Quais suas características?**

**5. Qual(is) o(s) personagem(ns) que você menos gostou? Por quê? Fale um pouco sobre ele. Como você o(s) descreveria(m)? Quais suas características?**

A fim de facilitar a análise e a compreensão dos dados coletados com essas questões, iremos separá-los em 2 (dois) grupos:

- 1. Questão 4 – Identificação com os Personagens e suas Caracterizações**
- 2. Questão 5 – Rejeição dos Personagens e suas Caracterizações**

### 6.1. Identificação com os Personagens: Os Personagens Preferidos

Ao serem perguntados sobre qual(is) personagem(ns) tinha(m) gostado mais, os sujeitos identificaram 3 (três):

*Tabela 9 : Personagens Preferidos*

<i>Preferência</i>	<i>Entrevistados</i>	
<b>Laranjinha</b>	RJ CAS MSS JAB	TB SMC CQS JSB
<b>Camila</b>	GGs AB EFS TVB MGF	CF JCR JW AFG
<b>João</b>	SB SAS WSB AB	GGs JCR MGF EFS

#### 6.1.1. *Laranjinha*

Este personagem é o protagonista do episódio e foi muito elogiado pelos telespectadores entrevistados, que apontaram como suas principais características:

***Tabela 10 : Características de Laranjinha***

<i>Características</i>	<i>Entrevistados</i>
Carisma	MSS JSB
Disposição	JAB RJ CAS
Alegria	RJ MSS JAB CQS
coragem	TB SMC MSS

Assim, Laranjinha, foi, de acordo com os entrevistados, muito carismático, alegre e possuía muita disposição e coragem para encarar os problemas da vida.

*“Ele é um menino pobre, mas não se abala facilmente quando passa por algum problema, ele está sempre de bem com a vida, o que faz com que ele seja um personagem muito carismático e querido” . (MSS)*

### **6.1.2. Camila e João**

Personagens da classe alta da série, eles conquistaram o público com o jeito diferenciado de tratar os pobres. As principais características dessa dupla apontada pelos entrevistados são:

***Tabela 11 : Características de Camila e João***

<i>Características</i>	<i>Entrevistados</i>	
Coragem	CF TVB	JW AFG
Bom Coração	SB SAS WSB	GGs JCR
Carisma	MGF EFS AB	

Essa indicação para personagens preferidos se deu pelo fenômeno relatado na página 67, quando se falava do “*ser rico em “Cidade dos Homens”*”, e que separou-se esta classe em duas categorias uma “*boa*” e outra, em oposição a esta, “*má*”. Camila e João são integrantes da primeira delas, e sempre procuraram manter um bom relacionamento com as pessoas de outras classes sociais. Talvez tenha sido isso, juntamente com o fato de não serem preconceituosos que conquistou a simpatia do público.

*“Eu gostei da Camila porque ela gostou de Laranjinha e não se preocupou como o que a família ou os amigos iam achar quando ficassem sabendo. Ela só chegou lá, na moral, e falou com ele. É muito do João também, porque ele namorava com Tamires, e nem ligava para o preconceito dos amigos” . (CAS)*

## 6.2. Rejeição Unânime: Quando os Ricos São Vistos Como Vilões

Quando encarados como os vilões da estória, os personagens ricos passam a fazer parte da segunda categoria da separação do “*ser rico em “Cidade dos Homens*” (página 68) e são totalmente rejeitados.

***Tabela 12: Personagens Rejeitados***

<i>Preferência</i>	<i>Entrevistados</i>
<b>Os riquinhos (Rodolfo, Leanderson, Duda e Carol)</b>	RJ TB
	GGs CF
	AB SB
	CAS SMC
	SAS JCR
	MSS CQS
	EFS JW
	WSB TVB
	AFG MGF
	JAB JSB

Suas características são negativas, como demonstra a tabela abaixo:

***Tabela 13 : Características “dos riquinhos”***

<i>Características</i>	<i>Entrevistados</i>
Racismo	CF JW
	TVB AFG
	RJ TB
	JAB JSB
Preconceito	SB GGS
	SAS JCR
	WSB CAS
Autoritarismo	MGF SMC
	EFS MSS
	AB CQS



Isso significa que atitudes autoritárias, racistas e preconceituosas devem ser descartadas para que seja possível uma harmonia social.

*“O que menos gostei foi dos riquinhos, por não respeitar os pobres”.* (GGS)

Vemos com essa análise que a rejeição dos personagens ricos baseia-se em formas de comportamentos consideradas errôneas pelos entrevistados, pois desrespeitam os pobres e os negros. É como se tivessem todo o poder e o direito para serem superiores aos menos favorecidos, e de lembrar sempre a sua posição privilegiada, o que gera um grande desconforto para com a maioria da população.

*Considerações Finais:*  
*O Eu A Partir do Outro*

A partir dos dados coletados, podemos concluir que a desigualdade social brasileira não se limita, simplesmente, a separação da sociedade em classe alta e baixa, e que por trás desta dicotomia muitas outras questões se fundamentam, corroboram e se legitimam. Questões como a exclusão social, não acesso à educação, saúde, saneamento e segurança adequados e discriminação racial, geram conseqüências dramáticas na qualidade e na perspectiva de vida das pessoas.

*As relações entre renda individual e acesso a bens de consumo coletivos podem gerar um círculo, por vezes virtuoso, por vezes vicioso. Assim, por exemplo, aqueles que vivem em bairros dominados pelo tráfico de drogas têm dificuldade de conseguir emprego, ou as baixas rendas individuais levam as famílias a retirarem as crianças das escolas, lançando-as precocemente no mercado de trabalho. Por sua vez, a baixa renda é produto da falta de estudos formais, o que limita a possibilidade de obtenção de empregos mais bem remunerados.*(SORJ, 2003, p.33).

Assim, essas “*múltiplas desigualdades*” (SORJ, op. cit.), de renda pessoal e de acesso aos bens coletivos de consumo, devem ser tratadas sob uma perspectiva sistêmica, pois elas não podem ser reduzidas a um único fator, e seu combate exige uma atuação nas suas diversas dimensões. Dessa maneira, o desafio passa a ser o de identificar os modelos centrais nos quais as conseqüências são maiores tanto a curto quanto em médio prazo.

*Em termos de renda pessoal, o impacto de certas ações, como investimento em educação é mais lento e demorado. Outras ações, como extensão da rede de água e esgoto, garantem conseqüências imediatas sobre a qualidade de vida, mas não afetam diretamente a capacidade de aumento*

*de renda. Na prática, as políticas sociais orientam-se tanto por uma lógica técnica como pelas pressões dos diversos grupos sociais em cada município e/ou Estado. Em cada local a carências são diferentes, e a capacidade de pressão de cada grupo social – das classes médias e altas, inclusive – determina a ordem de prioridade dos investimentos. (Id.)*

Observamos ainda que há uma forte tendência, no discurso dos entrevistados da dualidade *ricos e pobres* e *brancos e negros*, o que reforça a idéia de abismo social e racial, pois ao se falar em *desigualdade* no Brasil, um fenômeno chama atenção, é o que os especialistas chamam de *assimetria*. *“Trata -se da ausência de harmonia, em que temos de um lado, a superabundância convivendo, ao mesmo tempo, com a absoluta escassez de tudo. (...) o que salta aos olhos de quem observa são os estoques raciais alocados em cada um desses dois mundos – o do muito e o do nada”*. Como relata o jornalista Hélio Santos, no artigo *“Os Dois Brasis”* (CARTA CAPITAL; 20 de Nov. 2002). Continua:

*No primeiro Brasil, que poderia ser confundido com um país europeu, como a Bélgica, temos uma população de maioria branca e amarela (orientais). No outro Brasil, atrasado e pobre, temos um povo marcadamente não-branco, onde predominam negros e pardos. (Id.: 30)*

São dois mundos – o dos ricos e o dos pobres – opostos, mas paralelos, pois estes dois universos, separados por um imenso abismo social, convivem juntos do ponto de vista geográfico. *“Na capital pernambucana, diferente de outras grandes metrópoles brasileiras, num mesmo bairro, às vezes numa mesma rua, disputam espaço mansões e mocambos. Por onde se passa a paisagem é dominada pelo contraste”*. (DIÁRIO DE PERNAMBUCO; 11 Dez 2005)

Assim, ser pobre impõe muitas restrições, e as capacidades mais elementares para o desenvolvimento humano, como ter uma vida saudável e longa, ser instruído, ter acesso a recursos necessários para um nível de vida digno e ser capaz de participar da vida da

comunidade, ficam comprometidas. Sem estas, muitas outras escolhas simplesmente não estão disponíveis e muitas oportunidades na vida mantêm-se inacessíveis.

Assim, vista sob o aspecto sócio-econômico, a cidade de Recife, revela grandes contrastes e informa-nos sobre a complexidade de pensar as políticas e os programas sociais aplicados aos diversos espaços. Com isso, a forte desigualdade social e a grande dimensão da pobreza são as marcas principais da sociedade brasileira e, até mesmo, recifense. Mas, esta cidade apenas reproduz o que ocorre na grande maioria das metrópoles e nos principais centros urbanos do País, ou seja, segue um modelo que combina proximidade física e distância/separação social, pois cada um tem que saber exatamente o seu lugar no espaço.

Com isso, *O Eu A Partir do Outro*, nos possibilitou uma visão mais aprofundada sobre as representações acerca da desigualdade social brasileira elaborada por adolescentes da classe baixa e média baixa de Recife, onde o “*morar no morro*” é “*morar numa favela*”, e “*morar no asfalto*”, é equivalente a “*ser muito rico*” e “*morar em prédio de luxo*”. Esses símbolos nos atentaram para o fato de que, mesmo se passando em ambiente distinto, a série “*Cidade dos Homens*” possibilitou uma nova visão do Brasil para a própria sociedade brasileira, e, a partir desta, compreendermos a nós mesmos, as nossas realidades.

*Cidade dos Homens*, como o *Outro . Recife*, como o *Eu*. Assim foi possível abrir os olhos. Assim foi possível nos vermos. Assim tomamos consciência de nossa sociedade desigual. Resta-nos agora, tomarmos as atitudes cabíveis e coerentes para não virarmos fã de este mundo. Resta-nos agora, já conscientes, lutarmos para que, um dia, esta realidade seja só a lembrança de uma ficção televisiva.

## *Referências Bibliográficas*

A CULTURA da Massa Emergente. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 12 Abr. 1998. Caderno Mais! p. 4 – 9.

ABRIC, J. C. Abordagens Estrutural das Representações Sociais. In.: MOREIRA, <sup>a</sup> S. & OLIVEIRA, D. C. (Orgs.) (1998) *Estudos Interdisciplinares de Representações Sociais*. Goiana, AB.

ALMANAQUE Abril. (2003). Economia. São Paulo, Editora Abril: *PIB Brasileiro*. p. 97 – 99.

ALVES, Júlia Falivene. (1988). “Brasil: Quem Te Viu, Quem TV!”, In.: *A Invasão Cultural Norte-Americana*. São Paulo, Moderna. p. 111 – 122.

ANDRADE, Maria Antônia Alonso de. (1999). *Cultura Política, Identidade e Representações Sociais*. Recife: FJN, Ed. Massangana.

ANOS 70 – 5 Televisão (1979 – 1980). Rio de Janeiro, Europa. v. 7.

ARAÚJO, Joel Zito (2000). *A Negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira*. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.

ATLAS Expões as Feridas do Recife. *Jornal do Commercio*. Recife. 11 Dez. 2005. Cidades. p. 4.

ATLAS Municipal de Recife (2005). (On Line): <http://www.recife.pe.gov.br>

BALOGH, Ana Maria (2002). *O Discurso Ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

BARBERO, Jesús Martín (1995). “América Latina e os anos de recepção em comunicação social”, In.: SOUSA, M. (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense.

\_\_\_\_\_ (1997). *Dos Meios às Mediações – comunicação, cultura e hegemonia*. São Paulo, Brasiliense.

BARBERO, Jesus Martín & BARCELOS, Claudia. (2000). “Comunicação e Mediações Culturais”. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 23, n. 1. p. 151 – 163.

BARROS FILHO, Clóvis de (2003). *O Habitus na Comunicação*. São Paulo: Paulus.

BARTOLOMEI, Marcelo. “Cidade dos Homens” Retoma Tom de Crônica. *Folha de São Paulo*. São Paulo. 13 Nov. 2005. Ilustrada. p. E5.

BERNARDO, André (2003). *Cidade dos Homens terá mais quatro episódios*. On line: <[www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2003/06/22/001.htm](http://www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2003/06/22/001.htm)> Capturado em 13 Set. 2003.

BOURDIEU, Pierre. (1983). *Razões Práticas*. Campinas, Papirus.

\_\_\_\_\_. (2000). *O Poder Simbólico*. 3. ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

BUCCI, Eugênio. (2002). “Cidade” extrapola realismo com humor. On line: <[www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp2310200295.htm](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/asp2310200295.htm)> Capturado em 13 Set.2003.

CANCLINI, Néstor García (1995). *Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro, UFRJ.

CONCENTRAÇÃO de Renda: uma herança dos tempos do Brasil-Colônia. *Jornal Nacional*. Set. 2003. On line: <<http://jornalnacional.globo.com/especiais>> Capturado em 03 Out. 2003.

CONTRERA, Malena Segura (1996). *O Mito na Mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação*. São Paulo: Annablume.

CORREIO da TV (2002). *Globo exhibe a partir de terça-feira a série Cidade dos Homens, primeira parceria assumida entre a emissora e uma produção independente, a O2 Filmes*. On line: <[www.correioweb.com.br/cw/EDICAO\\_20021013/sup\\_ctv\\_131002\\_20.htm](http://www.correioweb.com.br/cw/EDICAO_20021013/sup_ctv_131002_20.htm)> Capturado em 13 Set. 2003.

COSTA, Alcir Henrique da; SIMÕES, Inimá Ferreira; KEHL, Maria Rita (1986). *Um País no Ar: História da TV Brasileira em Três Canais*. São Paulo: Brasiliense.

COSTA, Maria Cristina Castilho (2002). *Ficção, Comunicação e Mídia*. Coordenação Benjamin Abdala Júnior, Isabel Maria M. Alexandre. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.

DAMATTA, Roberto (1978). “Você sabe com quem está falando? Um ensaio sobre a distinção entre Indivíduo e Pessoa no Brasil”, In: *Carnavais, Malandros e Heróis*. Rio de Janeiro. Rocco. p. 139 – 193.

\_\_\_\_\_. (1997). *O Que Faz o Brasil, Brasil?*. Rio de Janeiro. Rocco.

AS VEIAS Abertas do Recife. *Diário de Pernambuco*. Recife, 11 Dez. 2005. p. 1 – 8.

DÓRENLES, Luciana Bochi. (2003). Revisitando o Modelo das Múltiplas Mediações. *INTERCOM*, Revista Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso de Ciência da Comunicação, Belo Horizonte. CD\_ROM.

DURKHEIM, Émile (2000). *As Formas Elementares da Vida Religiosa*. São Paulo: Martins Fontes.

EXCLUSÃO Social Atinge 42% dos Municípios Brasileiros. *A Crítica*. 23 Jan. 2003. On line: <[www.desigualdade.inf.br/midia.htm](http://www.desigualdade.inf.br/midia.htm)> Capturado em 21 de Set. de 2003.

FAIRCLOUGH, Norman (2001). *Discurso e Mudança Social*. Brasília, Ed. da UNB.

FIGUEIREDO, Ana Maria C. (2003). *Teledramaturgia Brasileira: arte ou espetáculo?*. São Paulo: Paulus.

GAROTOS de Fernando Meireles voltam à Favela. On line: <[www.artv.art.br/20noticias/09082003\\_08.asp](http://www.artv.art.br/20noticias/09082003_08.asp)> Capturado em 13 Set. 2003.

GIL, A. C. (1994) *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo, Atlas.

GOFFMAN, Erving (1996). *A Representação do Eu na Vida Cotidiana*. Tradução de Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis, Vozes.

GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.) (1999). *Textos em Representações Sociais*. Petrópolis, Vozes.

HAGUETTE, J. M. F. (1990). *Metodologias Qualitativas na Sociologia*. Petrópolis, Vozes.

“HOJE em Dia só é Cidadão Quem tem Direito a Consumir”. (2003). On line: <<http://www.unaberta.ufsc.br/entrevista1106.html>> Capturado em 15 Fev. 2005.

<http://sucom.redeglobo.com.br>

<http://comercial.redeglobo.com.br>

JIMENEZ, Keila (2003). “Cidade dos Homens” volta a ser gravado. On line: <[www.estado.estadao.com.br/editorias/2003/07/23/cad025.html](http://www.estado.estadao.com.br/editorias/2003/07/23/cad025.html)> Capturado em 13 Set. 2003.

JUNQUEIRA, Lília. (1999). “Identidade, Representações e Mudança Social”, In.: CUNHA FILHO, Paulo C. (Org.). *Identidade (s)*. Recife, Editora Universitária da UFPE/ Programa de Pós-graduação em Comunicação & Informação da UFPE, p. 9 – 18.

\_\_\_\_\_. *Ficção Televisiva e Desigualdade Social*. Anais da ANPOCS, 2003.

\_\_\_\_\_. *A Televisão Brasileira na Produção da Exclusão*. On Line: <<http://www.odialetico.hpg.ig.com.br/filosofia/televis.htm>> Capturado em 15 Fev. 2005.

KEHL, Maria Rita (1979-1980). “Um só povo, uma só cabeça, uma só nação”, In.: *ANOS 70 – 5*. Rio de Janeiro, Europa, v.7, p. 5 – 29.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (1990). *Pesquisa em Comunicação: formulação de um modelo metodológico*. São Paulo, Loyola.

MARCONDES FILHO, Ciro. (1988). *Televisão: A Vida Pelo Vídeo*. São Paulo: Moderna.

MATTELART, A.; MATTELART, M. (1999). *História das Teorias da Comunicação*. São Paulo, Loyola.

MELO (1), José Marques de (1988). *As Telenovelas da Rede Globo: produção e Exportação*. São Paulo, Summus.

MELO (2), Taciana Valéria Silva de. (2003). *Representações Sociais da Classe Popular de Boa Viagem (Comunidade de Entra Apulso) e Suas Relações Com a Novela “O Clone” da Rede Globo*. Orientação Lília Junqueira. Departamento de Ciências Sociais – UFPE (TCC).

MINAYO, Maria Cecília de Souza. (1995). “O Conceito de Representações Sociais Dentro da Sociologia Clássica”, In.: GUARESCHI, P.; JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.). 1999. *Textos em Representações Sociais*. 2.ed. Petrópolis: Vozes. p. 89 – 111.

MOREIRA, Heródoto de Sousa. A Classe de Baixa Renda Pós Plano real. *Jornal do Commercio*. Recife, 7 Fev. 1998. Caderno Economia e Negócio. p.2.

MOSCOVICI, Serge (1978). *A Representação Social da Psicanálise*. Tradução de Álvaro Cabral. Rio de Janeiro, Zahar.

NASCIMENTO, Elimar Pinheiro do. (1990). “O Fenômeno da Exclusão Social no Brasil”, In.: Revista Brasileira de Ciências Sociais, n. 42.

OLIVEIRA, Márcio. (2005). “Representações Sociais: uma teoria para a sociologia?”. *Estudos de Sociologia*, Recife, v. 7, n. 1/2, p. 71 – 94.

ORTIZ, Renato (Org.). (1983). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática.

PAULA, Nice; BRAFMAN, Luciana. “Um País Rico, Com Muitos Pobres”. *Jornal do Brasil*, 21 Abr. 2002. On line: <[www.desigualdade.inf.br/midia.ttm](http://www.desigualdade.inf.br/midia.ttm)> Capturado em 21 de Set. de 2003.

PETROCELLI, Renato (2002). *Cidade dos Homens explora a realidade das crianças brasileiras*. On line: <[www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2002/10/13/005.htm](http://www.terra.com.br/exclusivo/noticias/2002/10/13/005.htm)> Capturado em 13 Set. 2003.

PINTO, Milton José. (1995). *Comunicação e Discurso*. São Paulo, USP.

QUINTANEIRO, Tânia. (1995). *Um Toque de Clássico: Durkheim, Marx e Weber*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.

RAMOS, Roberto (1987). *Grã-Finos na Globo: cultura e merchandising nas novelas*. 2.ed. Petrópolis, Vozes.

RIBEIRO, Lavínia. (1997). “A Comunicação Além dos Meios e Canais”. *INTERCOM, Revista Brasileira de Comunicação*. São Paulo, v. 20, n. 1, p. 171 – 187.

RINCON, Omar (Org.). (2002). *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG – Projeto Latino-americano de Meios de Comunicação.

RELATÓRIO Detalha Desigualdades. *Jornal do Commercio*. Recife, 30 Set. 2003. Caderno Brasil. p. 6.



- SÁ, Celso Pereira (1996). *Núcleo Central das Representações Sociais*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- SAMPAIO, Juliana (2001). *Aids, Morte, Criança, Vida. A Representação Social da AIDS e Suas Implicações nas Intervenções com Crianças*. UFPE. CCSA. Mestrado em Serviço Social. Recife. Orientação: M.<sup>a</sup> de Fátima de Souza Santos.
- SANTAELLA, Lucia (2001). *Comunicação e Pesquisa: projeto para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores.
- SANTOS, Hélio. (2002). “Os Dois Brasis”, In.: *Revista Carta Capital*, Ano IX, n.º 216, 20 Nov. 2002. p. 30 – 36.
- SILVERMAN, David (1993). *Interpreting Qualitative Data – methods for analysing talk, text and interaction*. Londres, Sage.
- SILVERSTONE, Roger. (2002). *Por Que Estudar a Mídia?*. São Paulo: Loyola.
- SODRÉ, Muniz. (1989). *O Monopólio da Fala; função e linguagem da televisão no Brasil*. 5.ed. Petrópolis: Vozes.
- \_\_\_\_\_. (1999). *Claros e Escuros: identidade, povo e mídia no Brasil*. Petrópolis, Vozes.
- SORJ, Bernardo (2003). *brasil@povo.com: a luta contra a desigualdade na Sociedade de Informação*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., Brasília, DF: Unesco.
- THOMPSON, J. (1999). *Ideologia e Cultura Moderna*. Rio de Janeiro, Vozes.
- VERAS, Luciana (2003). *Cidade dos Homens retorna ao asfalto*. On line: <[www.pernambuco.com.br/diario/2003/08/24/viver1\\_0.html](http://www.pernambuco.com.br/diario/2003/08/24/viver1_0.html)> Capturado em 13 Set. 2003.
- VANOYE, Francis & GOLIOT-LÉTÉ, Anne. (2000). *Ensaio Sobre a Análise Fílmica*. 2.ed. Campinas, Papirus.
- VIDAL, Marly C. B., (2003). Turma do Gueto: fala dos excluídos. *INTERCOM*, Revista Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVI Congresso de Ciência da Comunicação, Belo Horizonte. CD\_ROM.
- WHITE, Robert A. (1998). “Tendências dos Estudos de Recepção”. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 13. p. 41 – 66.
- WILLIAMS, R. (1992). *Cultura*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.

[WWW.artv.artv.com.br](http://WWW.artv.artv.com.br)

[WWW.eticanatv.org](http://WWW.eticanatv.org)

[WWW.recife.pe.gov.br](http://WWW.recife.pe.gov.br)

**ANEXOS**

**ANEXO 1****QUESTIONÁRIO \_\_\_\_\_**

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

1. Nome: \_\_\_\_\_

2. Sexo: \_\_\_\_\_

3. Idade: \_\_\_\_\_

4. Religião: \_\_\_\_\_

5. Escola: \_\_\_\_\_

6. Série: \_\_\_\_\_

7. Bairro onde mora: \_\_\_\_\_

8. Renda média familiar: \_\_\_\_\_

9. Você trabalha? Se sim, onde? Quanto recebe? \_\_\_\_\_

## **ANEXO 2**

### **CONSTITUIÇÃO DE PARES DE PALAVRAS**

- 1. Gostaria que você falasse todas as palavras que lhe viessem à mente, sem pensar muito, quando ouve a palavra desigualdade social. (a quantidade que desejar).**
- 2. Gostaria que você formasse pares com essas palavras citadas anteriormente, que lhe parecessem “ir juntas” – Uma mesma palavra pode formar mais de um par.**
- 3. Gostaria que me explicasse por que formou cada um desses pares. Qual sentido de cada pareamento?**
- 4. Deseja fazer mais algum comentário?**

### **ANEXO 3**

#### **ROTEIRO DE ENTREVISTA SEMI-ESTRUTURADA**

- 1. Qual a sua opinião sobre a desigualdade social?**
  
- 2. Como você percebeu o conflito entre as classes sociais a partir do que foi visto neste capítulo de *Cidade dos Homens*?**
  
- 3. Qual a(s) cena(s) que mais lhe chamou atenção? Por quê?**
  
- 4. Qual(is) o(s) personagem(ns) que você mais gostou? Por quê? Fale um pouco sobre ele. Como você o(s) descreveria(m)? Quais suas características?**
  
- 5. Qual(is) o(s) personagem(ns) que você menos gostou? Por quê? Fale um pouco sobre ele. Como você o(s) descreveria(m)? Quais suas características?**
  
- 6. Existe alguma dificuldade no relacionamento entre ricos e pobres? Isso é mostrado na série?**
  
- 7. Para você o que pobreza?**
  
- 8. Para você o que é riqueza?**
  
- 9. Você acha que seria possível fazer alguma coisa para por fim nesse conflito entre ricos e pobres?**

## ANEXO 4

### TABELAS DE CLASSIFICAÇÃO DA AMOSTRA (SEXO, IDADE, RENDA)

**Tabela 2: Classificação da Amostra por SEXO**

<b>A</b>	<b>Masculino</b>	11
<b>B</b>	<b>Feminino</b>	9
<b>TOTAL</b>		20

**Tabela 3: Classificação da Amostra por IDADE**

<b>A</b>	<b>13  ---  15</b>	2
<b>B</b>	<b>16  ---  18</b>	11
<b>C</b>	<b>19  ---  21</b>	4
<b>D</b>	<b>22  ---  24</b>	3
<b>TOTAL</b>		20

**Tabela 4: Classificação da Amostra por RENDA**

<b>A</b>	<b>Até R\$ 450,00</b>	4
<b>B</b>	<b>R\$ 450,01  ---  R\$750,00</b>	9
<b>C</b>	<b>Acima de R\$ 750,00</b>	7
<b>TOTAL</b>		20