



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FATECS
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO

TELEVISÃO E TELENOVELA:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DE “MALHAÇÃO”

GEORGE VARGAS XAVIER
R.A.: 2031433/3

ORIENTADORA:
CLÁUDIA BUSATO

Brasília/DF, 16 de novembro de 2009

GEORGE VARGAS XAVIER

**TELEVISÃO E TELENOVELA:
UM ESTUDO DE RECEPÇÃO DE “MALHAÇÃO”**

Monografia apresentada como um dos requisitos para conclusão do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Orientadora: Cláudia Busato.

Brasília/DF, 16 de novembro de 2009

À

Minha família, por todo o amor e confiança depositados em mim desde os primeiros anos de vida, até a conclusão deste curso.

Meus amigos, que no decorrer dessa etapa me mostraram o verdadeiro significado da palavra amizade.

Minha orientadora Cláudia Busato, pelo acompanhamento e paciência na realização deste trabalho.

RESUMO

O presente trabalho é uma análise sobre a telenovela *Malhação*, exibida diariamente na *Rede Globo* de Televisão, com o objetivo de verificar se seu conteúdo é utilizado como meio de formação de adolescentes. Como procedimentos metodológicos foram utilizadas bibliografias sobre televisão, telenovela, o conceito de personagem, a relação entre mídia e adolescência, e, por fim, uma pesquisa de recepção por meio da técnica do Grupo Focal, com estudantes do Centro de Ensino Médio 02 do Gama-DF. A opção pela escuta desses adolescentes se justifica por ser essa categoria a parte mais expressiva do público-alvo da novela.

Palavras-chave: telenovela, televisão, informação, personagem, adolescente.

SUMÁRIO

| | |
|--|----|
| INTRODUÇÃO..... | 02 |
| CAPÍTULO I – 1. A TV e suas funções..... | 04 |
| 2. A teoria da Telenovela: Características desse gênero literário..... | 08 |
| 2.1. Personagem: A direção do telespectador..... | 10 |
| CAPÍTULO II – 3. A Juventude e a Mídia..... | 12 |
| 4. O Adolescente e o Veículo Televisivo..... | 14 |
| 5. A Malhação..... | 16 |
| 5.1. Gerações de Malhação..... | 17 |
| CAPÍTULO III – 6. Procedimentos Metodológicos..... | 19 |
| 7. O Grupo Focal como técnica de pesquisa..... | 21 |
| 8. Realização do Grupo Focal..... | 22 |
| 9. Resultados do Grupo Focal..... | 22 |
| 9.1. Malhação é um programa informativo para os jovens?..... | 23 |
| 9.2. Por que assiste Malhação?..... | 23 |
| 9.3. Identificação com personagens e histórias..... | 24 |
| 9.4. Malhação influencia você ou seus colegas?..... | 24 |
| 9.5. A forma de abordagem dos temas é correta?..... | 25 |
| 9.6. As soluções dos casos são ideais?..... | 25 |
| 9.7. Assistem outras telenovelas ou telejornais?..... | 26 |
| 9.8. O que buscam na televisão? Informação ou entretenimento?..... | 26 |
| 9.9. Análise geral da reunião..... | 26 |
| CONCLUSÃO..... | 28 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 30 |
| ANEXOS..... | 31 |

INTRODUÇÃO

Há quem ainda duvide que uma telenovela voltada ao público jovem possa ter conteúdo substancial e que possa divulgar informações necessárias e coerentes para a sociedade. Suspeita-se que a “soap opera” *Malhação*, exibida pela Rede Globo de Televisão, de segunda à sexta-feira, das 17h30 às 18h, tenha também cunho informativo e formativo.

O trabalho consiste em uma pesquisa sobre televisão, telenovela, o conceito de personagem e a relação entre mídia e adolescência. O programa aborda assuntos que fazem parte da realidade, dos problemas e das dúvidas dos adolescentes, focando os temas sob o ponto de vista do público. O objetivo é “falar com o adolescente”.

A telenovela *Malhação* está há quinze anos no mercado televisivo. O programa vem sempre abordando temas que são decorrentes na adolescência, podendo assim ser considerado um programa que acaba participando da formação dos adolescentes atingidos, pois trata de assuntos difíceis de tratar com os pais, e que também outros programas televisivos não têm tempo de abordar.

Partindo desta hipótese é que este trabalho de conclusão de curso se empenhou em verificar a relevância informativa da “soap opera” *Malhação*. Assim, este estudo tem como objetivo compreender se a telenovela consegue transmitir informações relevantes aos adolescentes, mas de uma forma diferenciada.

A partir da compreensão e análise de toda a história e impacto da série foi necessário questionar: Será que *Malhação* é uma fonte de formação e informação? Para responder esta pergunta, e chegar ao objetivo desejado, que é descobrir se *Malhação* contribui para a informação juvenil, foi realizada uma pesquisa de recepção por meio da técnica do Grupo Focal, com estudantes do 1º ano do Centro de Ensino Médio 02 do Gama-DF. A opção pela escuta desses adolescentes se justifica por ser essa categoria a parte mais expressiva do público-alvo da novela.

Os resultados da pesquisa realizada com estes adolescentes foram analisados e demonstraram a recepção e a influência da telenovela em estudo na vida do grupo pesquisado.

A telenovela, apesar de ser um produto de ficção, pois os atos são interpretados, e não vividos, expõe problemas do mundo real, e principalmente, levanta temas e dúvidas pelos quais quase todos os adolescentes passam ou ainda poderão passar.

Esta pesquisa permitiu comprovar, junto à amostra do público-alvo da série, a importância desta na vida deste grupo, como gênero que permite o entretenimento e a informação, cumprindo assim a vocação do veículo televisivo – um meio híbrido por natureza.

CAPÍTULO I

1. A TV e suas funções:

Um meio híbrido de informar e entreter

George Gilder, autor do livro *A Vida após a Televisão*, relata que foi em uma exposição universal de Nova York, no ano de 1939, a primeira vez em que o mundo conheceu o aparelho que revolucionaria a cultura popular (1996, p. 29). Era uma tela pequena, acoplada em uma caixa, com a maior parte de sua composição feita de válvulas e que recebeu grande destaque no centro da exposição.

O desenvolvimento que este veículo poderia alcançar era inimaginável. Com imagens em preto-e-branco e de má qualidade, poucos programas e publicidade, a TV ainda parecia algo muito distante de se consolidar na concepção das pessoas. Não era possível imaginar que ali se iniciaria uma nova era da informação.

Apesar de a maioria da sociedade não acreditar nas potencialidades do novo meio de comunicação implementado, alguns confiaram que aproximadamente após uma década, esse meio faria parte da cultura mundial e se tornaria uma enorme força, trazendo mudanças incríveis, refazendo expectativas culturais de várias gerações, remodelando a política, definindo notícias e reorientando a vida familiar (1996, p. 30).

A televisão brasileira surgiu no início da década de 50, por meio do empresário Assis Chateaubriand, proprietário de jornais, revistas e emissoras de rádio, como a Rádio Tupi e a Rádio Difusora em São Paulo. Chateaubriand trouxe equipamentos dos Estados Unidos para implantar a televisão no Brasil, onde criou a TV Tupi Difusora com recursos financeiros de suas empresas¹.

No dia 18 de setembro de 1950, aconteceu a inauguração oficial da televisão brasileira, com a transmissão do programa *Show na taba*, na TV Tupi.

¹ Site “Tudo sobre TV”. Disponível em <http://www.tudosobreTV.com.br/histortv/histormundi.htm>. Acesso em: 15 de setembro de 2009.

Era um programa de variedades, apresentava humor, esportes, musicais e ainda explicava o que era a televisão.

Eram necessários equipamentos muito grandes para realizar as transmissões ao vivo. A televisão precisava de uma linguagem diferente e, no começo, os profissionais do rádio que foram para a TV tinham muita dificuldade de adaptação. Este novo meio era assistido por poucas pessoas, devido à falta de oferta e o alto preço dos televisores na época. Todo o processo de produção era novidade e desconhecido por quase todo mundo. O peso dos equipamentos comprometia bastante a manipulação e gravação das imagens externas. Assim, o apresentador praticamente fazia a leitura das notícias do rádio e dos jornais impressos.

Com um cenário precário, as notícias eram transmitidas como se fosse um rádio-jornal com a imagem do apresentador. O programa *Show na Taba* durava apenas vinte minutos e possuía muito improviso. No mês seguinte, surgiu o primeiro programa infantil, o *Gurilândia*, de uma ou duas horas de veiculação. Foi dessa forma, de maneira curta e sintetizada que a televisão brasileira entrou em cena.

Os atores que eram famosos no teatro davam credibilidade à programação da TV. Mas devido às diferenças de linguagem, esses profissionais que foram para a televisão experimentaram muitas dificuldades. Além de se expressarem exageradamente, os atores falavam alto, como se não houvesse microfone e não se atentavam às marcações das câmeras, deixando os cinegrafistas perdidos².

O tele-teatro foi importante para desenvolver este meio, ajudando a televisão a descobrir sua linguagem. O primeiro e importante tele-teatro estreou em 1951, e era o chamado *Grande Teatro Tupi*. Aos poucos, foram surgindo outras emissoras: TV Paulista (1952), TV Record (1953) e a TV Tupi/RJ (1951)³.

² Site “Tudo sobre TV”. Material disponível em <http://www.tudosobretv.com.br/historvtv/histormundi.htm>. Acesso em: 15 de setembro de 2009.

³ Idem. Site “Tudo sobre TV”.

Para Pedro Gilberto Gomes, autor do livro *Televisão e Audiência*, apesar do avanço tecnológico e do surgimento de mídias novas, como a Internet, a TV ainda tem uma enorme capacidade de envolver as pessoas e continua possuindo um grande encanto. Para ele, a televisão “ainda é um veículo contraditório e objeto de disputas acirradas, seja no campo acadêmico seja no âmbito dos organismos da sociedade civil” (1996, p. 9).

A citação de Gomes se refere ao fato de que muitos acusam a TV de ser um veículo que apenas massifica e aliena, que incentiva o consumo desnecessário, que é responsável pela rebeldia dos jovens e que prejudica os estudos, desestimulando o hábito da leitura. Por outro lado, muitos também reconhecem o quanto o meio televisivo é importante e os benefícios dele na vida dos telespectadores.

Para muitos, a televisão tem como principal função a diversão e o entretenimento. Mas o índice de pessoas que assistem TV buscando educação ainda é tão grande quanto o de telespectadores que procuram divertimento e entretenimento. Muitas pessoas ainda confiam na importância que a televisão tem para a educação, de acordo com Gomes, o entretenimento também é importante, mas o que ainda vem prevalecendo é a busca de informações através do meio televisivo: “A televisão é, sem dúvida alguma, o meio de comunicação de massa mais abrangente e possuidor de uma força sem igual de manipulação e formação de opinião” (1996, p. 83).

A importância da televisão se torna maior ainda quando lembramos da diversidade de programas que atingem os indivíduos, fazendo-os tornarem-se dependentes disso. Humorismo, entrevistas, debates, noticiários, telejornais, novelas, filmes, documentários, enfim, é uma imensa variedade, assim não há como as pessoas não se encaixarem em alguma programação exibida. Além disso, é possível perceber a grande identificação que os telespectadores têm com os programas de TV.

Para Gomes (1996, p. 86), a televisão terá sempre o intuito de formar opiniões, através do conteúdo apresentado. É um veículo que tem muita responsabilidade sobre a conduta dos fatos que direcionam a nossa realidade.

O autor defende que ao criar-se um programa é necessário levar-se em conta essa grandiosidade, com clareza, objetividade e honestidade, tendo a consciência de que muitas pessoas a usam como ponto de referência para seus atos e atitudes.

No livro *Televisão: A Vida pelo Vídeo*, Ciro Marcondes Filho aponta a importância da televisão na vida do ser humano, da seguinte maneira: “A imagem é uma das formas mais bem-sucedidas que o homem criou para superar o fato angustiante de que depois do dia de hoje virá o de amanhã, o seguinte, e que sua vida caminha para um fim inevitável” (1988, p. 9).

A necessidade do homem de expressar-se por meio de imagens vem desde a pré-história, com os desenhos nas paredes das grutas entre outras formas simbólicas que evoluíram com o homem. Com o tempo, isso foi se sofisticando, até chegarmos ao formato da televisão atual.

Marcondes Filho explica que a TV é um meio que prevalece, que faz o público ficar unido ao vídeo, perdendo até o interesse por outras atividades. Para o sociólogo alemão Dieter Prokop, mencionado por Marcondes Filho (1988, p. 23), as exigências psíquicas do telespectador são atendidas pela televisão, justificando o seu interesse. Além disso, Prokop defende que a televisão diminui os atritos em família, por distrair as pessoas em conflito e acaba sendo “um instituidor da ordem e da paz” (1988, p. 23). O autor alega que a televisão sempre inova e apresenta exemplos que acabam tornando-se modelos.

Ao contrário de outros meios, a TV fascina, aplicando uma linguagem diferente. “Os produtores de TV têm como objetivos básicos fascinar os interesses e fixar o público” (1988, p. 39). É dessa forma que Marcondes Filho aponta a importância da televisão, porque as pessoas são excitadas e seduzidas pelas mensagens que recebem.

Além da importância da TV, é preciso destacar a sua influência na vida dos telespectadores, seja na moda, no estilo, na fala, ela sempre foi responsável por criar modelos de comportamentos. É possível constatar isso em qualquer lugar. Por exemplo: qualquer moda lançada na novela das nove, no dia seguinte está destacada nas vitrines de diversas lojas.

Além de lançar moda, a maior influência da televisão é a de formar opiniões, particularidade que alcança todas as esferas da vida social. Em alguns casos, a TV realmente determina as opiniões das pessoas, já em outros, como entidade que manipula, é capaz de influenciar os indivíduos a terem atitudes parecidas com as mostradas na televisão.

Joan Férres (1998, p. 11) relata o poder de fascinação da TV e o impressionante fenômeno sócio-cultural que ela representa:

Apenas levando em conta a atitude mágica, emotiva, fascinada, pouco ou nada consciente, com que se costuma viver a experiência televisiva, pode-se fazer uma análise em profundidade sobre o alcance real da sua influência.

Mas os principais efeitos causados pela TV são inconscientes e despercebidos. Férres explica que as emoções sempre acabam influenciando os comportamentos e decisões: “Se a televisão é poder, é, então, porque tem a capacidade de influenciar” (1998, p. 161). Assim, a televisão se encaixa na esfera da consciência e da racionalidade. A TV é uma autêntica construtora de imagem mental.

2. A teoria da Telenovela: Características desse gênero literário

Treze anos depois de sua implantação, a televisão brasileira descobriu o seu campeão de audiência, a telenovela. Somente no ano de 1963 é que surgiu a primeira telenovela diária, o *2-5499 Ocupado*, transmitido pela TV Excelsior. A recepção do público foi tão significativa que o programa se tornou quase que obrigatório para todas as idades e sexos (1988, p. 59).

O impacto da telenovela foi tão expressivo que ela permanece há mais de trinta anos em nossa programação, sendo para muitos, indispensável e permanente. Marcondes Filho relata que é o gênero que mais produziu emoções, e que mais público atraiu (1988, p. 59).

Dessa forma, os telejornais foram intercalados com as telenovelas, para aproveitar a audiência. Assim, por envolver tanto o telespectador, a telenovela ganhou prioridade e o horário nobre para exibição. As pessoas passam a organizar o seu próprio mundo, baseadas no que vêem na tela.

É como se os telespectadores praticamente “esquecessem da vida”, tamanha a repercussão que a telenovela tem na vida das pessoas. É uma identificação tão grande, que há uma troca mútua da vida real pela fictícia. Segundo Marcondes Filho (1988, p. 60-61) “ela é o alimento espiritual desse corpo cansado, sugado e exaurido pelo trabalho industrial da linha de montagem, pelo trabalho burocrático no banco ou na repartição, pelo trabalho enfadonho dos escritórios e das lojas”. Enfim, depois de um dia cansativo de trabalho, a TV é a solução que as pessoas encontram para alimentar sua mente.

A linguagem da telenovela é própria, privilegia exclusivamente a fala, o diálogo verbal. Apesar de usar a dramaturgia do teatro, ela é bastante diferente dele em si.

Em resumo, é uma representação da vida real, porque é interpretada por personagens que não vivem o que representam, apenas interpretam. Em *O Carnaval das Imagens*, Michele Matellart (1998, p. 111) revela que: “A popularidade das novelas não se mede somente pela cotação do Ibope, mas exatamente pelo espaço que ocupam nas conversas e debates de todos os dias (...)”

As imagens alimentam as conversas do dia-a-dia, que se transformam diversas vezes em boatos. O poder de catalisação de uma discussão nacional não ocorre somente em intrigas, mas também em discussões sociais.

É possível encontrar algo sobre telenovela em toda a imprensa, a todo momento. A cobertura que a imprensa dá às novelas é muito grande, é sempre possível encontrar algo, informações em forma de reportagens e opiniões em forma de comentários. São entrevistas com autores, atrizes, atores, diretores, produtores, enfim, com todos que fazem parte dela.

As discussões sociais em forma de temas e o poder da informação nas telenovelas são de grande importância, pois muitas pessoas aproveitam essas informações para usarem como base no que acontece na vida real, em alguns assuntos.

A telenovela *Malhação*, da *Rede Globo*, que é o objeto deste estudo, tem como característica a abordagem de assuntos reais, de interesses juvenis. O propósito é verificar se há a utilização das informações do programa na vida real dos adolescentes.

2.1. Personagem: A direção do telespectador

Diante da figura da personagem, presenciando todas as situações, está o telespectador que, em maior ou menor grau, sempre compara esses valores aos seus próprios. É nesse sentido que a telenovela tem o poder de organizar a forma de pensar a realidade, seja no sentido da incorporação de novos valores ou na confirmação de valores prévios, a partir do que a televisão veicula.

Através da condução dos temas e da criação de personagens e situações, as telenovelas veiculam valores comportamentais, éticos e morais. Mesmo que sejam de forma passageira, esses conceitos contagiam a sociedade que, ao mesmo tempo, figura como modelo e público.

Nesse contexto, as personagens têm uma função primordial dentro do foco desta pesquisa, uma vez que buscam sistematicamente a simulação do mundo e da vida cotidiana, a fim de, entre outros objetivos, promover a identificação e a persuasão dos telespectadores.

As telenovelas captam e transpõem para a televisão o maior número possível de características da realidade que se pretende simular. Desde a composição de cenários e figurinos, até a construção de histórias coerentes e aceitáveis.

Segundo Beth Brait (1987, p. 56), a construção da personagem envolve a acumulação de “traços que funcionam como indícios da maneira de ser e de agir dos agentes das ações compreendidas pela narrativa”, o que proporciona

ao público a sensação de desvendar cena a cena o caráter das personagens de ficção.

Ao mesmo tempo em que se manipula a percepção do público, pela escolha das características de uma personagem, cria-se a ilusão de que é o telespectador quem vai desvendando, aos poucos, o caráter da personagem. A possibilidade de descobrir as facetas de uma personagem é, inegavelmente, um prazer inerente à apreciação de histórias, principalmente quando as personagens trazem em si elementos contrastantes ou contraditórios.

É evidente a importância da identificação do público. Na medida em que este reconhece na telenovela situações e personagens semelhantes às situações e pessoas de sua vida real, gera-se um sentimento de proximidade, que não só desperta o interesse, mas também facilita a incorporação de novos valores ou revisão de valores mediante o que a novela veicula.

Sodré Muniz, autor do livro *Televisão e Psicanálise*, diz que o telespectador é “suscetível de identificar-se (horizontalmente) com o semelhante a si mesmo no ‘espelho’ televisivo. Mais ainda: identifica-se (verticalmente) com ideais e modelos” (1987, p. 51).

Compreender esse processo de identificação é essencial para o norteamento do estudo de recepção que será realizado com os adolescentes, na medida em que permitirá entender a forma que os personagens de *Malhação* proporcionam aos jovens a sensação de se verem representados na mídia televisiva, estratégia que leva a justificar ou repensar determinados comportamentos e opiniões. Dessa forma, é possível visualizar mais claramente o impacto e a recepção da telenovela em estudo no grupo pesquisado, porque é na referência dos personagens que se localiza a verdadeira fonte de informação e percepção do mundo para estes adolescentes.

CAPÍTULO II

3. A juventude e a mídia

De acordo com o *Estatuto da Criança e do Adolescente*, considera-se adolescente a pessoa que possui entre doze e dezoito anos de idade. Esta mesma lei diz que é dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do poder público, assegurar com prioridade, dentre vários outros elementos, o efetivo direito à educação e a cultura. É essencial, para este estudo, levar em conta o que diz a legislação brasileira, porque a televisão é uma concessão do poder público e tem a obrigação de atingir tais finalidades.

A adolescência é uma fase da vida de alguém que está saindo da infância mas ainda não chegou à idade adulta. É uma etapa muito idealizada em nossa cultura e na maioria das vezes é taxada como uma fase de constantes crises, dúvidas e conflitos. É no meio dessa explosão de idéias e transformações que o jovem vai formando sua identidade.

Muitos pais tentam ocupar ao máximo o tempo de seus filhos nessa época da vida, para não deixar espaços para vícios, maus hábitos e coisas do tipo, enquanto outros preferem se afastar e esperar esta fase passar.

Helena Wendel Abramo, no texto *Juventude e Cultura* (2001, p. 4), explica que:

[...] a condição juvenil sofreu grandes transformações nas últimas décadas; hoje é difícil dizer que se resume à preparação para uma vida adulta futura: a juventude se alargou no tempo e no espaço social, e ganhou uma série de conteúdos próprios. Isto é, deixou de ser um momento breve de passagem, restrito às classes altas e médias, não só porque a educação foi largamente expandida, pois não é mais definida exclusivamente pela condição estudantil, mas por uma série de movimentos de inserção em diversos planos da vida social; inclusive no mundo do trabalho, na vida afetiva/sexual, na produção cultural, na participação social etc.

A mídia está presente no meio de todos esses movimentos distintos citados pela autora, através da televisão, das revistas, da internet etc. E é fácil reconhecer que, pela mídia eletrônica, especialmente pela televisão, o

adolescente ingressa numa esfera pública que é comum ao adulto. Dessa forma, pode-se dizer que, atualmente, os adolescentes são, ao mesmo tempo, produtos da família, escola e mídia, já que ambos ajudam a formar suas identidades.

Considerando o poder de influência da TV (como é possível verificar no início da pesquisa), não é difícil supor que o que se passa na telenovela *Malhação* seja copiado por milhares de adolescentes, sedentos de fontes de inspiração cultural e de modelos de comportamento. Esta é uma cultura que não é mais transmitida somente pelos pais ou pela escola, atualmente os jovens têm, em toda a mídia, fontes inesgotáveis de comportamentos e ações nas quais podem espelhar-se.

O que vestir? O que usar? Como se comportar? Tudo isso está implícito, de alguma maneira, em programas específicos para este público, como a *Malhação*, por exemplo. Na falta de referenciais mais estáveis ou fortes para os adolescentes, a mídia assume um papel de "matriz" de modelos para construção de identidades e *Malhação* é inserida a partir desse modelo moderno, contribuindo para a constituição da identidade destes jovens indivíduos.

Vive-se em uma sociedade do trabalho e da falta de tempo para a convivência familiar e o diálogo. Os adolescentes aprendem principalmente com a televisão, com a internet e dominam com facilidade quase todas as tecnologias disponíveis.

Os pais e as escolas precisam estar abertos a essa modernidade, propiciando aos jovens habilidades relacionadas a essas informações recebidas, para que ele possam aprender a selecionar e julgar a pertinência, procedência e utilidade, apropriando-se da informação com mais profundidade.

Pedrinho A. Guareschi (2005, p. 97), autor do livro *Mídia educação e cidadania: Tudo o que você deve saber sobre a mídia*, observa que essa quantidade desenfreada de informação, sem reflexão contínua e metódica faz com que os jovens, sem perceber os interesses presentes na mídia, se prendam em inúmeras armadilhas, sejam ideológicas, políticas, econômicas, consumistas, alienadoras, dentre muitas outras.

Os jovens acabam oscilando entre o reconhecimento de que programas como *Malhação* atraem porque “mostram a sociedade”, e ao mesmo tempo em que podem despertar alguma rejeição, na medida em que lá seja considerado um “reino da artificialidade e da mesmice”, onde as histórias são sempre as mesmas.

Esse modo de construir uma narrativa de ficção, em torno de temas que se repetem, merece a nossa crítica, assim como o fato de na TV o modo de acontecer a repetição é também um recurso para classificar e apontar tipos de pessoas ou modos de ser desejáveis na sociedade.

4. O adolescente e o veículo televisivo

Na medida em que os “atuais jovens” estão fortemente expostos às mensagens veiculadas pela televisão, torna-se fundamental discutir a leitura desse meio perante os mesmos, tendo em vista suas múltiplas possibilidades de influência sobre o desenvolvimento dos adolescentes.

Partindo da ideia de que a televisão é, ao mesmo tempo, informação e entretenimento, o jovem procura uma programação que o mantenha atento diante da tela. Ele quer sentir emoções, sem pedir por elas. Ele quer se sentir informado, sem se sentir ignorante. Ele quer aprender sem se sentir em uma escola.

Assim, o adolescente vive em um mundo de fantasia que a televisão vende de forma barata e acessível. Identifica-se com os comportamentos e personagens e projeta neles seus desejos e inseguranças. Ali, é possível encontrar os modelos que tanto são necessários nessa época do desenvolvimento de suas vidas e, de alguma maneira, ensinam os comportamentos sociais adequados ao mundo dos adultos.

A televisão é uma autêntica formadora de opinião e comportamento, este meio reúne a velocidade da informação ao fascínio de suas imagens, capaz até de integrar toda uma nação, apesar de suas diferenças sociais, econômicas e culturais.

As telenovelas são fenômenos televisivos de muita capacidade formativa, e suas informações, mesmo que sem intenção e planejamento, são muito utilizadas nas residências como exemplo da realidade e na fundamentação de pensamentos e idéias.

Há muita crítica em torno da televisão, principalmente por seus lados negativos, porém poucos se atentam em mostrar seus aspectos positivos, suas contribuições em termos educativos que vão muito além do ato de informar.

Indo de encontro a essas especulações, este trabalho também procura demonstrar que a televisão pode ser um meio educativo e democrático culturalmente para os jovens, cumprindo uma das suas finalidades constitucionais, que prevê tal função.

Em muitos casos, a televisão traz informações preciosas que ajudam na assimilação de determinados assuntos vistos em sala de aula ou até mesmo muitos temas que os pais não discutem com seus filhos dentro de suas casas.

No livro *Televisão e Educação*, Joan Ferres (1996, p. 10) explica que:

Hoje, a televisão tornou-se instrumento privilegiado de penetração cultural, de socialização, de formação de consciências, de transmissão de ideologias e valores, de colonização, por isso é surpreendente que a instituição escolar não tenha somente deixado que essa hegemonia na educação lhe fosse usurpada, mas que ainda assista impassível, ao processo de penetração da cultura audiovisual, sem oferecer sequer modelos de interpretação e de análise crítica para as novas gerações.

Assim, pode-se imaginar que a televisão realmente desenvolva uma educação paralela às escolas e aos pais, através das informações que veicula por meio de um jogo de imagens, sons e movimentos que atraem e encantam os jovens. Porém essas informações, sozinhas, podem ser consideradas conhecimento? Será que a TV educa? Deseduca? Aliena? ou educa alienando?

5. A Malhação

Malhação é uma série adolescente brasileira, produzida e exibida pela *Rede Globo de Televisão*, desde 22 de abril de 1995. O programa é exibido diariamente, de segunda à sexta-feira, das 17h30 às 18h.

Em geral, a trama conta histórias do dia-a-dia dos adolescentes, na maioria da classe média alta carioca, com seus conflitos cotidianos, como por exemplo: escola, academia, amigos, família e, principalmente, suas relações amorosas.

A série é considerada uma *soap opera*, uma versão nacional para as novelas “sem fim”, isso porque não possui o prazo de seis meses para terminar, como as novelas usuais. É possível considerá-la uma telenovela sem fim, porque já está há quinze anos no mercado televisivo brasileiro, sempre inovando personagens e cenários.

A cada ano há um casal protagonista diferente, que ocupa o núcleo de toda a história. Estes casais enfrentam as “artimanhas” dos vilões, que na maioria das vezes vêm em pares ou trios. Como alguns alunos acabam o ensino médio, alteram-se também alguns atores, enquanto outros permanecem ocupando outros lugares na série. Além dos atores e atrizes, diretor geral, diretores e escritores que também já foram substituídos.

Uma importante característica de *Malhação* é a abordagem de temas que envolvem a vida dos adolescentes, e isso deve ser bastante levado em conta, por esta ser uma importante fase de desenvolvimento ideológico e formação de opinião dos jovens.

Preconceito, prevenção à AIDS, virgindade, direitos e deveres do cidadão, gravidez na adolescência, separação de pais, uso de anabolizantes, tabagismo e muitos outros temas sócio-educativos estão presentes na série desde o início, permanecendo com essa marca até hoje⁴.

A série aborda assuntos que fazem parte da realidade, dos problemas e das dúvidas dos adolescentes, focando os temas sob o ponto de vista dos

⁴ Site “Malhação”. Disponível em <http://www.malhacao.globo.com>. Acesso em: 08 de outubro de 2009.

jovens. É uma “conversa com o adolescente”.

No decorrer das temporadas da série, assuntos cada vez mais polêmicos, como gravidez precoce e violência, passaram a chamar a atenção do público adolescente. O programa ganhou uma linguagem mais simplificada e direta, ficando semelhante ao que se discute nas revistas impressas direcionadas aos adolescentes.

Até hoje, o programa tenta mostrar aos adolescentes que a ficção imita a realidade e, pelo fato da telenovela abordar temas que são decorrentes na adolescência, pode ser considerado um programa que informa, pois trata de assuntos difíceis de os jovens tratarem com os pais, e que outros programas televisivos não têm tempo de abordar. Portanto, é possível identificar elementos que ultrapassam a função de entreter, acabando por abarcar também a função formativa.

A seguir um resumo com todas as gerações da série, para melhor compreensão de toda a evolução e enfoque do programa.

5.1. Gerações de *Malhação*

Ao analisar todas as dezesseis temporadas de *Malhação*⁵, é possível dividir a série em seis gerações.

Na primeira geração, composta pelas quatro primeiras temporadas (de 1995 à 1998) toda a trama se desenvolvia em uma academia, que originou o nome da série. Este era o único cenário do programa, onde todos os amigos se encontravam, discutiam e resolviam seus problemas. Esta foi uma geração que focou muitos esportes, como o judô, voleibol, tênis, corridas de automóveis, além de outras artes marciais.

Na segunda geração, a academia foi demolida. Este é o acontecimento que marcou o início da nova fase do programa. Nesta geração, formada apenas pela quinta temporada (1998/1999), o personagem *Mocotó* transmitia,

⁵ O resumo das gerações de *Malhação* foi escrito com base na descrição de todas as temporadas da série, que está disponível na página da *Rede Globo* na Internet: <http://www.malhacao.globo.com>, com acesso em 08/10/2009. O resumo aqui contido é uma compilação destes dados.

em uma rádio clandestina, um programa chamado *Malhação.com*, que fazia uma espécie de retrospectiva e contava com a participação dos telespectadores. Os jovens davam opiniões sobre diversos temas polêmicos através do telefone e da internet.

A terceira geração se inicia com a venda da área da antiga academia para o professor *Paulo Paqualete*, que instalou no local uma das filiais do moderno *Colégio Múltipla Escolha*. A partir daí começou a maior de todas as gerações, que se iniciou no ano de 1998 e terminou em 2007. Toda a trama se desenvolvia neste colégio e demonstrava abordar, cada vez mais, temas relevantes e complexos, como os estudos, corrupção, doenças sexualmente transmissíveis, gravidez precoce, relacionamento familiar, dentre outros.

Na quarta geração, o *Colégio Múltipla Escolha* se fundiu com o *Colégio Ernesto Ribeiro*, dos empresários *Félix Rios* e *Diva Junqueira*. Esta fase se equivale apenas à décima-quinta temporada (2008) e procurou mostrar a diversidade entre os indivíduos, culturas, pontos de vista e expectativas que marcaram a vida dos alunos. Esta geração abordou, também, o teatro, a música e o basquete.

Por fim, na quinta geração, os colégios que haviam sido fundidos acabaram falindo e foram comprados pela empresária *Olga Miranda*, para que seus filhos, *Juliana* e *Oswaldo*, trabalhassem e garantissem seus sustentos. *Juliana* mantém o colégio, mas *Oswaldo* preferiu construir o *Shopping Gran Plaza* em metade da área. Esta fase, que é a décima-sexta e atual temporada (2009) abordou a questão da passagem da adolescência para a vida adulta, focando também a música e a dança.

Este foi um resumo de todas as gerações, temporadas e temas da série, desde a sua estreia, para que seja possível analisar e compreender o contexto de como se deu a evolução do programa.

CAPÍTULO III

6. Procedimentos metodológicos

Este trabalho de conclusão de curso foi desenvolvido com base em bibliografias sobre televisão, telejornal, telenovela, o conceito de personagem, e a relação entre mídia e adolescência. Não houve sucesso em contatar a *Rede Globo de Televisão*, em busca de informações complementares, materiais e entrevistas com os responsáveis pela telenovela, por isso, com relação às informações específicas sobre o programa, foi possível recorrer apenas ao sítio da *Malhação* na Internet, onde é possível encontrar informações suficientes sobre a história, curiosidades e evolução da série.

Por fim, identificamos como pertinente, para abordar o objeto presente e testar a hipótese inicial, realizar uma pesquisa de recepção por meio da técnica do Grupo Focal, com estudantes de quatorze a dezessete anos, alunos do 1º ano do Centro de Ensino Médio 02 do Gama-DF. A opção pela escuta desses adolescentes se justifica por ser essa categoria a parte mais expressiva do público-alvo da novela.

A telenovela *Malhação* foi escolhida como foco deste estudo porque é um programa voltado especificamente para os jovens, que é um público que vivencia um momento essencial com relação à formação de opinião e pelo fato de abordar temas voltados especialmente para os adolescentes, algo que não acontece costumeiramente nos telejornais.

Os temas são tratados e resolvidos dentro de uma temporada da série, por isso foi transcrito o resumo do capítulo exibido no dia 06 de novembro de 2009, por ser o episódio de encerramento da atual temporada, que recapitula, resolve e finaliza o que foi apresentado e discutido durante a temporada de 2009.

A transcrição está em anexo e tem o objetivo de apresentar o contexto atual da trama, para exemplificar de maneira fiel, como funciona a abordagem das informações, a forma da transmissão dos temas e por fim, provocar a

discussão no Grupo Focal. Assim será testada a afirmação de que *Malhação* trata os temas adolescentes de maneira informativa, influenciando o público e formando opinião.

O público selecionado para a realização do Grupo Focal corresponde a uma amostra dos adolescentes alvos da *Malhação*, de acordo com a faixa etária. O objetivo foi verificar a recepção e a postura destes adolescentes com relação à *Malhação*.

A elaboração das perguntas e dos temas que compõem o roteiro de discussão do Grupo Focal considerou a necessidade de se obter dados mais precisos para a conclusão do trabalho. O questionamento realizado é subjetivo e envolve reflexões sobre a influência da televisão e especificamente sobre a telenovela *Malhação*, foco deste estudo.

Busca-se aqui apenas uma análise qualitativa, sem apresentação de percentagens ou indicadores numéricos nem, tampouco, generalizações. Dessa forma somente 8 (oito) adolescentes, alunos do 1º ano do Centro de Ensino Médio 02 do Gama-DF, participaram do Grupo Focal, no dia 13 de novembro de 2009. Analisamos as informações coletadas para verificar, através da recepção e posicionamento destes adolescentes, a influência desta telenovela em suas vidas. Os resultados obtidos serão detalhados neste capítulo.

7. O Grupo Focal como técnica de pesquisa

O Grupo Focal é uma técnica de pesquisa qualitativa que coleta dados por meio de interações grupais, através da discussão em torno de um determinado tema sugerido pelo pesquisador.

Como técnica, ela estaria entre uma entrevista de profundidade e a observação dos participantes. É um recurso que pode ser caracterizado também pela intenção de compreender o processo de constituição das percepções, atitudes e representações sociais em grupos de pessoas.

No livro *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, de Jorge Duarte e Antonio Barros, Maria Eugênia Belczak Costa explica que: “o grupo focal, quando bem orientado, permite a reflexão sobre o essencial, o sentido dos valores, dos princípios e motivações que regem os julgamentos e percepções das pessoas” (2005, p. 180).

O facilitador da discussão é quem vai estabelecer e articular a discussão, sempre mantendo total neutralidade, para que não seja realizada somente uma entrevista em grupo. O objetivo é motivar a expressão das opiniões dos participantes sobre determinado tema.

Nesta técnica o mais importante é a interação que se estabelece entre os participantes e o pesquisador, que irá colher os dados a partir dessa discussão, focada em tópicos específicos e diretivos.

Costa (2005, p. 187) sugere que o Grupo Focal tenha de 8 a 12 participantes, selecionados por apresentarem características em comum que estão associadas ao tópico pesquisado.

A técnica do Grupo Focal foi escolhida como método de pesquisa deste trabalho pela necessidade de se obter resultados qualitativos, porque assim é possível realizar uma análise que busca apenas compreender a influência de *Malhação* no grupo pesquisado, sem inferências.

O perfil dos participantes é parte mais expressiva do público-alvo de *Malhação*, que são adolescentes entre 14 e 17 anos de idade. Dessa forma, busca-se entender o impacto e recepção do programa na vida destes adolescentes, para então abordar o objeto presente e testar a hipótese inicial.

8. Realização do Grupo Focal

A reunião foi realizada às 11h do dia 13 de novembro de 2009, no auditório do Centro de Ensino Médio 02 do Gama-DF, com oito adolescentes, sendo cinco meninas e três meninos, de quatorze a dezessete anos de idade. Todos são alunos do 1º ano do ensino médio e afirmaram ser telespectadores do programa. Para realizar a pesquisa, houve a ajuda do Professor Carlos Fernandes e foi obtida a autorização prévia da direção do colégio, conforme documento anexo ao final do trabalho.

Todo o áudio da discussão foi gravado e a reunião foi iniciada com uma breve explicação do que é técnica, os objetivos do trabalho e a apresentação do grupo (que decidiu ser identificado aqui somente por números). Em seguida foi exibido o último capítulo da temporada 2009 de *Malhação*, com duração de 17 minutos, transmitido pela Rede Globo no dia 06 de novembro de 2009. Escolhemos exibir e analisar este capítulo em especial, por ser o encerramento da atual temporada, que recapitula todos os temas discutidos durante a mesma, além de possibilitar inserirmo-nos no contexto atual da trama e motivar a discussão dos participantes do grupo.

Assim, iniciamos a discussão, que teve duração de aproximadamente 1 hora. A seguir, os resultados da pesquisa realizada com estes adolescentes.

9. Resultados do Grupo Focal

Os questionamentos realizados envolveram: a motivação destes adolescentes em assistir o programa; se *Malhação* pode ser considerada um programa informativo para os jovens; a identificação com os personagens; se eles assistem outras telenovelas ou telejornais; a relação entre estes meios informativos; a utilidade da televisão e a forma de abordagem e transmissão dos temas. Enfim, buscamos compreender a real influência telenovela *Malhação* na vida do grupo pesquisado.

9.1. Malhação é um programa informativo para os jovens?

Esta é a pergunta chave desta pesquisa, e foi realizada no início da reunião para que já pudéssemos iniciar a discussão com base no tópico principal do trabalho. Muitas das respostas é que, para os alunos, a questão educativa está relacionada mais com a questão moral de fazer o “certo” para ser recompensado e não fazer o “errado” para não ser punido. A maioria reconhece a aproximação do programa com os jovens e o constante debate de valores de interesse social junto ao público adolescente.

Três participantes defenderam que, com a expansão da Internet, é fácil perceber que muitos jovens estão atentos aos temas lá discutidos, pois manifestam suas idéias sobre aqueles assuntos através dos Blogs, sites de relacionamento, comunidades e outros.

Dos oito alunos, quatro acreditam que o programa serve para influenciar e provocar uma certa reflexão, dois acham que é apenas para distrair e dois acreditam que é para vender moda e revelar artistas. Por outro lado, com esta pergunta, identificamos também, no grupo pesquisado, que Malhação apresenta algumas limitações, como a de não conseguir contemplar a diversidade social e cultural dos jovens brasileiros. Três participantes defenderam que a realidade mostrada ali não é a da maioria dos adolescentes do Brasil, muitos não são exatamente “representados” pela telenovela.

Enfim, levando em conta as diversas classes sociais existentes no país, conclui-se que há uma falta de representatividade nesse sentido. O participante 4 afirmou: “a maioria dos colégios não são como o *Colégio Múltipla Escolha*”.

9.2. Por que assiste Malhação?

Todos os participantes afirmaram que assistem *Malhação* quase todos os dias porque “tem a ver com os jovens, com os adolescentes”, ou resposta semelhante. O fato de ser um programa voltado especificamente para eles é o que mais desperta o interesse destes alunos.

O participante 2 afirmou: “não tem nenhum outro programa que fala da gente como a *Malhação*, é uma mini-novela voltada pra gente”. “Eu gosto do dia-a-dia que eles mostram, das histórias, das gírias, me imagino fazendo algumas coisas que eles fazem”, disse a participante 5.

9.3. Identificação com personagens e histórias

Em várias ocasiões, os alunos afirmaram que gostariam de “ser” o personagem que vive determinada história, no contexto apresentado pelo programa. “Eu me identifico com a Yasmin, porque ela é igual a mim, parece muito comigo”, disse a participante 1. “Acho que quase todo mundo que assiste se acha parecido com alguém ali, ou pelo menos gostaria de ser algum personagem”, afirmou o participante 8.

9.4. Malhação influencia você ou seus colegas?

A influência de *Malhação* pode ser claramente percebida quando os jovens afirmam que as temáticas ali abordadas, se não são vistas em suas próprias vidas, são compartilhadas pela experiência de amigos. Para seis alunos, os temas sempre estão presentes em suas vidas de alguma forma, seja com base nas próprias experiências, quanto nas vivenciadas por pessoas próximas.

A maioria dos alunos afirmou que não são influenciados pela série, mas que possuem muitos amigos que são fortemente atingidos pelo programa. Com essa pergunta, identificamos que há uma grande dificuldade de o adolescente assumir que ele mesmo é influenciado, em contrapartida, há uma facilidade para apontar que seus colegas o são. Por fim, todos disseram que nunca compraram nenhum produto por causa da novela, o que demonstra que não há um foco comercial por parte destes telespectadores.

9.5. A forma de abordagem dos temas é correta?

Nesse sentido, o aspecto mais questionado pelos adolescentes é o padrão moral das histórias, que em alguns casos entra em choque com o dos telespectadores. Eles afirmam que há um excesso de conservadorismo, que é demonstrado pela trajetória dos personagens e isso entra em conflito com alguns valores dos adolescentes entrevistados. O participante **8** afirmou: “eu acho difícil alguém começar a fazer um trabalho voluntário porque viu isso na novela, mas pode acontecer né, vai saber”.

Outro aspecto que o grupo demonstrou é que os adolescentes sentem mais falta daquilo que eles têm mais contato. Identificamos que três jovens que professam uma determinada religião afirmaram que a *Malhação* discute pouco esse tema, da mesma forma que os adolescentes de classes mais humildes não se sentem representados, porque quase todos os personagens são de classe média alta. Por fim, todos concordaram que a *Malhação* parece ser real, mas não representa o que eles realmente são, e sim o que gostariam de ser.

9.6. As soluções dos casos são ideais?

Praticamente todos os participantes foram unânimes em afirmar que a maior preocupação do programa, na hora de solucionar as situações e casos apresentados, é com o lado politicamente correto das histórias. Metade dos participantes informou que já aprenderam algo com *Malhação*. Mas houve um participante que afirmou incisivamente: “eu não acho que a maioria os jovens percebem essas coisas e conseguem aprender alguma coisa, acho que a maioria assiste é pra se divertir mesmo”. O respondente **3** defendeu que muitos desfechos poderiam ser diferentes: “acho que as soluções nem sempre são o que tem ver com a realidade da maioria”.

9.7. Assistem outras telenovelas e telejornais?

Dos oito participantes, seis afirmaram que *Malhação* é o seu programa favorito. A maioria não assiste outras novelas e todos informaram não gostar muito de telejornal e que se informam geralmente pela Internet. Só assistem telejornal às vezes, junto com seus pais. “Eu assisto jornal de vez em quando, porque meu pai está vendo e não tenho opção”, disse o participante 6.

9.8. O que buscam na televisão? Informação ou entretenimento?

Por meio dessa reunião com os adolescentes, percebemos que o emprego que eles fazem da TV é bem complexo. Todos informaram que buscam na TV tanto informação quanto diversão, e não souberam dizer qual desses objetivos que predomina sobre o outro. Eles acreditam que isso é dividido em 50% para cada motivação. A maioria disse, também, que o tempo que passam em frente à TV é maior do que o dispensado em salas de aula. Inclusive informaram que sempre procuram ver televisão, mesmo quando estão na Internet procuram assistir TV ao mesmo tempo.

Ficou evidente, neste grupo, que a TV continua substituindo várias outras atividades e ocupando a preferência entre as opções de entretenimento e conhecimento, mesmo com a popularização do computador e da Internet.

9.9. Análise geral da reunião

Por todos esses elementos e questionamentos discutidos é que a pesquisa sobre a interação entre um programa tão bem aceito pelo público adolescente, como a *Malhação*, é necessária para verificar a efetividade das discussões propostas e o auxílio à formação desses jovens.

Percebe-se que os adolescentes do grupo pesquisado, apesar de serem fãs da série, fizeram várias críticas ao programa, por não apresentar uma maior diversidade cultural e ideológica em suas histórias, além de deixar de oferecer mais ineditismo e surpresa.

Mas, o que faz eles continuarem a assistir à série? A resposta é o fato de ser uma “telenovela *teen*” (como a definem), de ser efetivamente protagonizada por adolescentes e trazer dramas característicos dessa fase da vida. Percebe-se que, aqui, há uma questão nitidamente identitária.

É possível acreditar, portanto, que os objetivos de *Malhação* são focados na representação de um modelo social idealizado de juventude, embora utilizando ícones e símbolos da adolescência, atores jovens, gírias, roupas de grife, música, sendo uma eficiente ferramenta, capaz de aproximá-los de universos significativos e mesmo familiares de maneira muito eficaz.

Dessa, forma, acredita-se que o resultado da análise destas informações apontou a resposta para o principal questionamento desta pesquisa, portanto *Malhação* pode sim ser considerada um meio formativo e informativo. As respostas demonstraram que a série, além de oferecer entretenimento, possui também essa função informativa e formativa, pois retrata o que realmente pode acontecer na vida de qualquer adolescente.

Enfim, através da constatação deste resultado qualitativo, neste grupo pesquisado, é possível considerar a telenovela *Malhação* como um gênero ficcional que cumpre também a função formativa para estes jovens, pois trata de assuntos que os adolescentes têm curiosidade, interesse e necessitam saber.

CONCLUSÃO

Considera-se que os questionamentos iniciais, origem desta pesquisa, puderam ser esclarecidos. Para chegar a essas informações, foi preciso um estudo sobre televisão, telenovela, o conceito de personagem e a relação entre mídia e adolescência, baseados em bibliografias diversas e em sítios da Internet. Além de uma pesquisa por meio da técnica do Grupo Focal, com oito adolescentes, de 14 a 17 anos de idade, telespectadores da série, para discutir a forma de abordagem do programa e a maneira de recepção destes telespectadores.

Para a discussão realizada com este grupo, foram utilizadas perguntas subjetivas e abertas. O resultado da análise dessas informações apontou a resposta para o principal questionamento deste projeto de conclusão de curso: a telenovela *Malhação* é considerada como um meio de informação?

As respostas demonstram que *Malhação* é sim considerada por eles um meio de informação e formação. Os temas abordados em uma telenovela (que trata ficção) e em um telejornal (que trabalha com fatos reais) são extremamente distintos. Mas para os adolescentes que estão passando por uma fase em que praticamente se começa a vida adulta, esta telenovela ajuda a informar oferecendo exemplos de problemas cotidianos, temas polêmicos e tabus sociais, além de contribuir com possíveis formas de solução.

A telenovela *Malhação* retrata o que realmente pode acontecer na vida de qualquer um de seus telespectadores. É considerada uma ficção, embora trabalhe com temas atuais e aborde fatos que acabam informando e formando opiniões, seja sobre sexo, trabalho, estudo e relacionamentos.

Através da constatação do resultado qualitativo no grupo pesquisado, é possível considerar a telenovela *Malhação* como um gênero ficcional que cumpre também a função informativa para estes jovens, pois trata de assuntos que os adolescentes têm curiosidade, interesse e necessitam saber.

Outro fator verificado foi que apesar de toda a tecnologia disponibilizada, a televisão ainda continua sendo um meio de comunicação bastante utilizado

pelos jovens entrevistados.

Há quinze anos no mercado, e com inúmeras mudanças até chegar ao atual formato, *Malhação* ganhou essa característica de informar sobre assuntos que fazem parte da vida dos adolescentes e tratá-los de forma com que o telespectador os entenda, ou seja: “falando com o adolescente”. Enfim, pode-se afirmar, com base no estudo realizado, que há indícios de que o público-alvo se sente participante do enredo, se envolvendo com a trama e utilizando os elementos apresentados pela série no seu dia-a-dia.

É possível concluir, por fim, que *Malhação* contribui para fixar papéis de juventude a partir de seus modos de abordagem, que podem interpelar os espectadores como espelho, sonho ou consolo. Espelho porque os modos de confirmação dessas expectativas podem ser a ratificação do modelo que o jovem deve seguir. Sonho ou objetivo porque podem ser motivadores e estar na representação do que o jovem gostaria de ser. Ou podem ainda representar a materialização do que o jovem gostaria de ser, mas não pode alcançar e acaba se satisfazendo com seu consumo simbólico, servindo de mero consolo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Helena Wendel. *Juventude e cultura*. In: Cartilha Dito e feito. São Paulo. No. 4, 2001.

BRAIT, Beth. *A personagem*. São Paulo: Ática, 1998.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005.

FÉRRES, Joan. *Televisão subliminar*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

GILDER, George F. *A vida após a televisão: vencendo na revolução digital*. Rio de Janeiro: Ediouro, 1996.

GOMES, Pedro Gilberto. *Televisão e Audiência: Aspectos Quantitativos e Qualitativos*. São Leopoldo: Unisinos, 1996.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão: A Vida pelo Vídeo*. São Paulo: Moderna Ltda, 1988.

MATELLART, Michèle. *O carnaval das imagens*. São Paulo: Braziliense, 1998.

Site “*Malhação*”: <http://www.malhacao.globo.com>. Acesso: 08 de outubro de 2009.

Site “*Tudo sobre TV*”: <http://www.tudosobretv.com.br/histortv/histormundi.htm>. Acesso em 15 de setembro de 2009.

ANEXOS

Transcrição do capítulo de encerramento da temporada 2009

(capítulo exibido no Grupo Focal)

Sexta-feira, 06 de novembro de 2009 - Guilherme tenta conscientizar a filha Veridiana que seus atos geram consequências devastadoras e que ela terá de pagar por eles. Veridiana chora na frente do pai, revelando que sempre chegou aos extremos porque ninguém nunca a quis de verdade. Bruno e Diego chamam Alex para subir ao palco e a Quadribanda faz o seu último show ao vivo, para o delírio de todos. Filó confessa a Yasmin que é apaixonada por Adamastor desde o primeiro momento em que o viu. Peralta encoraja o pai a fazer uma nova declaração de amor à tia de Yasmin.

No meio do show, Caio vai ao microfone e diz a todos sempre ter sido apaixonado por Marina. Luciano e Marina desejam felicidade um para o outro. Muito emocionada, Marina sobe ao palco e revela a Caio que os dois precisam ter uma conversa muito séria. A Quadribanda comemora a volta de Alex e o líder da banda promete um futuro promissor aos músicos. Alex revela a Norma Jean que sempre a amou e os dois se beijam apaixonadamente. Montanhas revela a Caju que, com o fechamento do colégio, ela voltará para sua terra natal e o Capitão avisa que vai acompanhá-la. Yasmin quase desmaia quando um empresário americano aparece para contratá-la para cantar na Califórnia.

Bogumil escreve em seu blog o paradeiro de cada amigo querido e conta que Veridiana finalmente faz um tratamento que dá certo, volta a ser amiga de Norma Jean e agora trabalha com seu pai Guilherme na livraria. Norma Jean nunca deixa de ser fã número um de Alex, que continua fazendo sucesso, mas sem ser tão epicêntrico. Yasmin vira estrela internacional, ela e Peralta ficam milionários. Depois de alguns anos, Yasmin faz tratamento para engravidar e dá trigêmeos para Peralta. As crianças dão muito trabalho para Filó e Adamastor. Marcelo inventa um herói chamado “O Espanto”, namorado da famosa “Fenômena”, agora ele e Felipa se fantasiam para lançar a histórias e estão muito felizes. Cecília entende que Diego precisa curtir como baterista. Ele entra em uma faculdade de Medicina e hoje é um grande Pediatra, como seu sogro João.

Juliana finalmente lança seu “Portal de Educação” na Internet, com a ajuda de Bruno. Iracema transforma o colégio Múltipla Escolha num Shopping, para a tristeza do professor Rodrigo. Mas Iracema dedica parte dos lucros para o orfanato que o professor montou com Paula e Suzana. Letícia é a líder da bagunça da criançada. Luciano se formou e hoje dá palestras no mundo inteiro, e até encontra com Paloma. Osvaldo finalmente paga por seus erros, passa anos preso e quando sai, sua família está lá lhe esperando. Caio e Marina se declaram um para o outro e os dois terminam a história com um beijo apaixonado.

Bugomil finaliza seu texto, dizendo quer vai continuar escrevendo sobre todas as coisas boas que os jovens levam para o futuro, as amizades, os amores, e tudo de bonito que é vivido na adolescência.

Autorização do Centro de Ensino Médio 02 do Gama-DF
(para a realização do Grupo Focal)

SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO DO DF-DRE-GAMA
CENTRO DE ENSINO MÉDIO 02 DO GAMA

Autorizo o(a) aluno(a) George Vargas Xavier Nº: _____ Turma: _____

Entrar na escola
 às _____ hs. sem carteirinha sem uniforme
 biblioteca Outros: _____

Sair da escola às _____ hs.

Turno
 matutino vespertino noturno

Observações: É universitário, formação em jornalismo.

Está autorizado a realizar trabalho com alunos;
orientado pelo prof. Jefferson Bernardo
Gama - DF, 03/11/2009

Jefferson Bernardo
Mat. 36.068-6 DODR04/2008
C-EM-02 do Gama
VICE DIRETOR