

## **MÍDIA E JUVENTUDE: EXPERIÊNCIAS DO PÚBLICO E DO PRIVADO NA “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO”**

**Rosa Maria Bueno Fischer**  
**UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul**  
**Brasil**

### **RESUMO:**

Discuto resultados de pesquisa feita com grupos de jovens brasileiros, sobre sua experiência com a mídia, relativamente aos modos pelos quais nossa cultura vem construindo vida pública e vida privada. Apresento análise de produtos televisivos destinados a esse público, bem como dos debates com grupos de recepção, a respeito de como se caracterizaria para esses jovens o “agir humano”, a vida em comum, as trocas e a convivência entre os “diferentes”. A análise articula os conceitos de poder e subjetivação em Foucault, sociedade individualizada em Zygmunt Bauman, e as problematizações de Hannah Arendt sobre o agir humano e as esferas pública e privada. Mostro como nossos jovens experimentam conflitos entre o vazio de compromissos relativos ao agir humano, e a proliferação de práticas vinculadas à emoção, à exposição da intimidade e à competitividade narcísica.

## MÍDIA E JUVENTUDE: EXPERIÊNCIAS DO PÚBLICO E DO PRIVADO NA “SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO”

Rosa Maria Bueno Fischer

Neste trabalho, discuto alguns resultados de pesquisa realizada a partir de 2002, com grupos de estudantes de 15 a 25 anos, sobre sua relação com produtos midiáticos, particularmente programas de televisão destinados a adolescentes e jovens. Fundamentada em autores como Michel Foucault, Hannah Arendt, Zygmunt Bauman, Susan Sontag e Slavoj Žižek, entre outros, proponho-me a debater tópicos relativos à produção de novas subjetividades em nossa cultura, particularmente no que se refere a como, nos espaços da mídia, aprendemos a estabelecer um tipo particular de relação com o político, com o público e com o privado; igualmente, analiso os dados explorando o que neles é enunciado a respeito das formas pelas quais estamos efetivando uma aprendizagem sobre os outros, os diferentes, em termos políticos, sociais, étnicos e geracionais.

O objetivo é mostrar como a os meios de comunicação têm estimulado, sugerido, delineado determinadas formas de existência coletiva ou de relação consigo mesmo e com o outro, em suas produções destinadas ao público jovem; ao mesmo tempo, buscamos tensionar essas análises a partir do olhar sobre esses mesmos produtos, por grupos de estudantes de Ensino Médio de escolas públicas e particulares e alunos de dois cursos de uma universidade pública, reunidos em situação de “recepção”. Faço no texto que segue uma breve discussão dos dados da investigação até agora coletados, considerando a articulação entre três dimensões principais que, a meu ver, permitem dar conta, pelo menos em parte, da complexidade dos processos comunicacionais: uma *análise do discurso* dos textos midiáticos que não perca de vista aquilo que diz respeito aos *modos e exercícios de ver* de diferentes públicos, e que tenha como preocupação básica descrever um pouco da *história do presente*, atenta àquilo que hoje se faz urgente pensar (Cfe. Fischer, 2002; 2003).

Como bem situa Guillermo Orozco, no livro *Televisión, audiéncias y educación*, a interlocução, o reconhecimento de si, a percepção dos outros e de si mesmo são ações nas quais a televisão e os demais meios tornam-se hoje os principais referentes para os diversos grupos e sujeitos sociais e talvez sejam de fato seus veículos mais expressivos, “embora os reducionismos, estereótipos e trivialidades que construam e reproduzam desses sujeitos, de seus devires e realidades” (Orozco, 2001, p. 21, trad. minha). O autor nos convoca a pensar

sobre a presença de protagonista que a TV assume, como base do lazer e da formação de modos de existência, informação e consumo para grandes parcelas das populações de países como o Brasil, Colômbia, México e tantos outros, especialmente do Terceiro Mundo; também sugere que se pense sobre a tensão que se coloca, a partir de tal fato, entre esse protagonismo televisivo e os novos tipos de interlocução dos sujeitos consigo mesmos e com a cultura aí criados, entre essa força e presença midiática e as interações e negociações possíveis nessa prática social.

Sendo assim, na pesquisa aqui discutida, utilizamos o estudo de recepção tendo como pressuposto que estamos diante de um processo extremamente complexo, relativo a diferentes e superpostas formas de mediação – as próprias mediações relativas ao trabalho dos produtores e criadores de produtos televisivos; as mediações propiciadas pelas estratégias de circulação e veiculação de programas e outros materiais midiáticos e, finalmente, as mediações experimentadas formal e informalmente por aqueles que usam, vêem, assistem, discutem, estão de alguma forma “em relação com” os produtos da mídia – na condição certamente de agentes e não de meros receptores. Penso que a mediação – como “processo estruturante que configura e orienta a interação das audiências e cujo resultado é outorgar sentido por parte destas aos referentes midiáticos com que interagem” (Orozco, 2001, p. 23) – talvez possa ser discutida em toda a sua complexidade tendo como inspiração o que nos sugere a leitura de autoras como Hannah Arendt (2000) e Susan Sontag (2003): ou seja, olhando a relação dos diferentes públicos e os produtos aos quais se estende, de uma maneira a contemplar desde a atitude de entrega ao clichê, à mesmice, à repetição do mesmo, ou seja, à ausência do pensamento, até a atitude de entrega ao inesperado do agir humano, do risco e da dúvida, como propulsores da criação, da escuta desarmada (mas não irresponsável ou leviana) do outro.

Temos como pressuposto, a partir de Hannah Arendt (2000), que o público – e, portanto, o político – só pode ser pensado como ação, como ação performativa, agonística, como acontecimento, como irrupção; enfim, como interrupção de todos os processos automatizados, totalizantes. Ora, como pensar o político hoje, como pensar em práticas coletivas de existência, se a ordem é a competitividade acirrada, generalizada, a qual, por sua vez, coloca no centro a disputa pelo corpo mais belo, mais jovem e mais “trabalhado”? Como incentivar o olhar generoso sobre o outro, a escuta do outro, quando todo o investimento se faz no sentido de apresentar aquilo que é da ordem do público como um fardo indesejável?

Programas de TV como o *Big Brother Brasil 4*, veiculado pela TV Globo neste início de ano, à moda dos anteriores e de todas as demais versões, em vários países, são plenamente exemplares nesse sentido: estar junto, conviver, trocar significa, antes de mais nada, exibir um corpo belo, com musculatura perfeitamente definida, mostrar-se disponível a meteóricas paixões, aceitar o amor à banalidade – sempre tendo como meta a eliminação do outro, a concentração das energias na anti-convivência, na anti-criação, na obediência ao *script* midiático, na anti-experiência, em nome de um possível prêmio em dinheiro e de um sucesso que reproduzirá, num ciclo interminável (mas paradoxalmente efêmero), a própria cultura da mídia.

Para a filósofa Hannah Arendt, o terror dos regimes totalitários foi (e é) responsável por aniquilar a individualidade humana, a espontaneidade dos sujeitos individuais e dos grupos, enfim, a criativa ação humana, justamente por apostar no Grande Homem, numa espécie de coletivo que acaba por cingir a pluralidade, dissolvendo-a numa imensa massa informe, característica também desta sociedade, batizada de sociedade da informação ou sociedade do conhecimento – que Zygmunt Bauman chama de sociedade individualizada (Bauman, 2001). Em virtude das novas tecnologias de informação e comunicação, muitos de nós – mas não todos nós, é bem verdade – podemos nos apropriar de um mundo fantástico de imagens, dados, sons; temos um poder que não é deste mundo, como escreve Bauman, um poder desencarnado, que nos confere uma capacidade imensa de nos movermos e de atuarmos à distância. Num programa como *Big Brother Brasil*, edição 2004, a Rede Globo sofisticou-se – se é que se pode usar esse verbo aqui – nesse sentido, colocando entre os participantes duas pessoas sorteadas, gente simples do povo, a mostrar que ali naquele espaço cabemos todos, de qualquer origem social. Mesmo assim, sabe-se que, num país como o Brasil, são muitos os que acompanham literalmente à distância essa mesma possibilidade de liberdade de movimentos no reino do virtual, com uma perda que não podemos desconsiderar: a diminuição da importância de tudo o que seja local, de tudo o que não fale a língua do espetáculo.

Vários depoimentos gravados com os grupos de jovens, para a pesquisa aqui discutida, confirmaram, como veremos adiante, que as vidas privadas e as intimidades invadem o cenário público da mídia não exatamente para que haja uma interação com os espectadores, para introduzir uma nova discussão em relação aos modos de existência do público e do privado em nossa sociedade. Como assinala Bauman, no máximo o que se faz é fortalecer o

privado em sua privacidade (idem, p. 231). Programas televisivos sobre a intimidade das pessoas, sejam elas célebres ou não, conforme o autor,

*(...) são lições públicas sobre a vacuidade da vida pública e sobre o vazio das esperanças postas em tudo o que seja menos privado que os problemas e as soluções particulares. Os solitários indivíduos entram hoje numa ágora e não se encontram a não ser com outros que estão tão sós como eles mesmos. Voltam para casa tranqüilizados com sua solidão reforçada* (Bauman, p. 231, trad. minha, grifo do autor).

### **Mídia e estratégias de transcendência**

Filmes, programas de TV, narrativas de todos os tipos, em revistas, livros, jornais, pinturas e esculturas, peças de teatro, páginas na Internet – tudo isso existe, se cria, se multiplica, cada vez mais, a partir dessa necessidade básica de ultrapassar nossas contingências, numa incessante busca de estratégias de transcendência, como escreve Zygmund Bauman. Haveria, segundo o autor, um incessante comércio de sentidos, levado ao extremo com o avanço e a sofisticação das novas tecnologias de comunicação e informação. Importa a nós, pesquisadores das ciências humanas e da educação, saber como esse comércio está chegando às pessoas, que tipo de produtos estão sendo ofertados, como os diferentes grupos vivenciam essa realidade proposta nos artefatos culturais, como se posicionam diante dela, e a que papel a escola estaria sendo convocada, quando, por exemplo, seus alunos referem que podem ficar até seis horas diárias diante da TV – como ocorreu em vários depoimentos dos grupos de recepção.

Estudar a mídia e as vidas narradas, e ir atrás das vidas vividas e do que elas têm a dizer sobre como são narradas (em programas de TV, por exemplo) é uma das tarefas principais da pesquisa aqui discutida. [Cabe aqui abrir um parêntese, para explicar como foi feito o levantamento dos dados. Foram selecionados cinco grupos de recepção, todos em Porto Alegre (RS): alunos de Ensino Médio de uma escola particular e de uma escola pública estadual; alunos de uma escola destinada à educação de trabalhadores, jovens e adultos não escolarizados no tempo normal; calouros do curso de Comunicação e alunos do quarto semestre do curso de Pedagogia – ambos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Cada grupo teve uma variação de 06 a 16 participantes, e ocorreram ao todo 21 encontros, no decorrer do ano de 2003, cada um com a duração média de duas horas, com exibição de trechos dos programas citados, no início dos trabalhos. Antes do encontro com os estudantes, foram gravados vários programas e comerciais de TV destinados ao público jovem

ou que a ele fizessem referência, da Rede Globo, da Record e da MTV, num total aproximado de 30 produtos, cada um em no mínimo três edições. As discussões, todas gravadas em vídeo, propiciaram aos estudantes (e igualmente à equipe da pesquisa, coordenadora e bolsistas) um momento singular, de exposição das regras do jogo da mídia e de múltiplas possibilidades de entendimento das imagens, textos e sons veiculados. Levantamentos e análises sobre os programas eram feitos, anteriormente ao encontro com os participantes, de modo a oferecer aos diferentes grupos uma contextualização dos programas e da própria temática em foco].

Sem sombra de dúvidas, o que efetivamente fez a diferença na pesquisa, para além das análises dos programas, foram os debates com os adolescentes e jovens. Vidas narradas e vidas vividas estão inter-relacionadas e são interdependentes – e isso pôde ser visto no decorrer da pesquisa. Os códigos sociais e culturais, visíveis e vividos no interior dos diferentes espaços sociais – inclusive e especialmente os espaços dos meios de comunicação – constituem, pautam, normalizam e normatizam não só a própria criação, a elaboração das narrativas, como ainda o modo pelo qual elas são lidas, percebidas, recebidas. No entanto, a produção das narrativas e simultaneamente dos sujeitos não ocorre de um modo mecânico e unívoco. E a análise dos produtos da mídia e dos depoimentos de grupos é uma tarefa que nos abriu a possibilidade de descrever a complexidade dos sujeitos e das próprias narrativas midiáticas.

Em primeiro lugar, pode-se dizer que os debates com jovens espectadores, a respeito de programas feitos especialmente para eles (um programa como *Malhação*, há quase nove anos no ar, pela Rede Globo, por exemplo), permitiram pôr a nu como são recebidas, como tocam as pessoas – aquelas estratégias de acolhimento desse público, aquele conjunto de formas de identificação, que se tecem para além de um endereçamento específico, de classe social, por exemplo. Meninas e meninos de escola pública, de classes populares, afirmaram identificar-se com os personagens de *Malhação*, não exatamente porque se vêem literalmente ali, como jovens de um determinado extrato social. Eles captaram outras camadas do discurso midiático, referiram o conflito das gerações (“eles [os personagens] também passam por dificuldades, que a maioria dos adultos acha que é besteira, mas que a gente passa também”); lá na TV também se fala de amor, de drogas, de “duas pessoas que gostam do mesmo sexo”.

Ora, os principais elementos que tecem as tramas novelescas são efetivamente os sabores e os dissabores do amor, os medos e as expectativas relacionados ao eterno conflito da vida e da morte, na noite e do dia, obviamente, sempre entrelaçados a valores, prescrições,

opiniões que carregam a marca de opções políticas, ideológicas, econômicas, assumidas pelo roteirista, pelo diretor, pela emissora, numa certa época. Importa é que esses produtos tematizam de alguma forma a juventude brasileira, falam com ela, dirigem-se a ela, buscam-na avidamente na condição de público consumidor e, como foi dito acima, posicionam-se como lugar de educação e formação das gerações mais novas.

Para o estudo que ora comentamos, destacamos agora alguns pontos no que se refere ao grande tema que nos mobiliza: como estariam nossos jovens aprendendo o sentido da vida pública em nossos tempos, através da mídia com que diariamente trocam algum tipo de experiência? Bauman responde: estamos aprendendo que esta é, sobretudo, uma “sociedade dos indivíduos”. Numa sociedade assim, o bem ou o mal que produzimos ou que sofremos parece que se deve exclusivamente a nós, a cada um de nós. É esse axioma que conduz as narrativas das vidas na TV. Não há ali relato de destinos individuais claramente ligados aos modos mais amplos de funcionamento da sociedade: o que sobressai é o que ocupa vidas individuais, bem como um certo modo de ser, social, que seria a princípio “dado”, inquestionável, impossibilitado de expor-se a negociações que envolvam as pessoas para além do próprio mundo individualizado, atomizado.

É o mesmo Bauman quem indaga: que tipo de reflexão acompanha essas narrativas, do tipo das que proliferam nos *reality shows*? Para o pensador, o que efetivamente falta a tais narrativas é o pensamento, é a abertura, na própria narrativa, para que personagens mesmo e também espectadores sejam incitados, mobilizados a pensar sobre com que regras se constrói aquele jogo. Num programa como *Big Brother*, embora a todo o tempo os participantes lembrem (e sejam lembrados) de que “isso aqui é um jogo”, paradoxalmente eles estão enredados em algo que foge à alegria e à imprevisibilidade do jogo, já que as regras são sempre externas e jamais impulsionadoras da criação e da aceitação da imprevisibilidade.

Quando programas de TV (como *Malhação* – da Globo, *Tome Conta do Brasil* – da MTV ou que por ventura viessem a tratar da vida dos jovens brasileiros, no caso, a telenovela *Mulheres Apaixonadas*, os telejornais *Hoje* e *Jornal Nacional*, *Big Brother Brasil*, a minissérie *Cidade dos Homens* – todos da Rede Globo). e tantos outros foram levados aos grupos de recepção, queríamos efetivamente fazer a escuta de estudantes, jovens de 15 a 25 anos. Uma escuta que permitisse indagar sobre, polemizar, problematizar essa experiência cotidiana com a televisão e com um lugar social que nos diz: “Ei, estou aqui, para falar com você,

jovem, adolescente brasileiro, menina negra, rapaz desempregado, garota de todos os recantos deste País! Estamos aqui para falar com você, exatamente com você!”.

Examinamos, por exemplo, com um grupo de alunos de segundo ano de ensino médio, de uma escola particular de classe média de Porto Alegre, uma reportagem do telejornal *Hoje* (da Rede Globo, apresentado às 13h) – que apresentou em 2003 uma série de edições com blocos exclusivamente sobre questões envolvendo jovens. A reportagem tratava de como os *teens* se relacionam com o dinheiro e o consumo. Também vimos com esse grupo um dos episódios da mini-série *Cidade dos Homens* (e que teve sua primeira exibição em outubro de 2003, em quatro episódios), criada a partir do filme *Cidade de Deus*. Nos dois dias de encontro, o movimento dos estudantes foi o de expressar seu mal-estar com o modo como eles se relacionavam com os chamados excluídos sociais, especialmente seu profundo sentimento de impotência diante da miséria e da pobreza, e ainda uma enorme solidariedade com aqueles que precisam trabalhar tanto, enquanto [nós] “temos tudo de graça, pro resto da vida”. Esse mal-estar, porém, não era maior que a inevitabilidade manifesta de jamais fugir a uma espécie de “ordem social”: eles afirmaram que era totalmente impossível deixar, por exemplo, de usar um “tênis de marca”, afinal, como expor-se à crítica do outro, que sempre poderia denunciar: “Cara, esse teu tênis é de camelô...”. Além dessa quase paralisação, o conformismo de senso comum, aprendido em diferentes instâncias sociais, sobretudo nos meios de comunicação: “quando todo o mundo trabalhar no mesmo plano, quando tudo tiver igual, a gente vai conseguir olhar igual [para essas pessoas]. Agora não dá!”.

O tema do outro, daquele que é diferente de nós, desenvolvido a partir da exibição de um dos capítulos da novela *Mulheres Apaixonadas*, também foi registrando o quando aqueles meninos e meninas de 15 e 16 anos se viam literalmente contra a parede, marcados por um tempo em que é preciso ser politicamente correto, aceitar as diferenças, inclusive a homossexualidade (feminina, como foi o caso trazido por uma das personagens da telenovela da Rede Globo). Nos debates, a crítica à posição da mãe que condenava a escolha amorosa da filha, e ao mesmo tempo a afirmação de que, “se fosse meu filho, não, não dá!”. O mesmo tema da relação homossexual conduziu a outros caminhos, numa turma de alunos de uma escola de educação de jovens e adultos, a maioria deles pobres, moradores de rua, trabalhadores. Lá, um dos jovens acabou por mergulhar em sua história pessoal, que incluía irmãos e primos homossexuais, em situação de miserável prostituição. O importante a ressaltar aqui é que, nos dois ambientes, tão diferentes entre si, promovia-se a discussão e a

exposição das dores, contradições e perplexidades de nosso tempo, em relação ao que seja esse outro, esse que é diferente de nós, e que é colocado de forma tão espetacular no espaço da mídia.

Como escreve Susan Sontag, no belo livro *Diante da dor dos outros*, hoje, o sentimento intenso e contínuo de que, afinal, não há nada a fazer diante do horror e das injustiças e tragédias parece provocar – mais do que a quantidade interminável de imagens de pobreza, miséria, violência e destruição, ou então imagens de múltiplos outros com quem precisamos aprender a conviver, já que todos somos ou devemos ser politicamente corretos – uma certa passividade, um misto de solidariedade com os que sofrem e de não-cumplicidade com aquilo que produz o sofrimento ou com aquilo que simplesmente é a condição de sua diferença. “Nossa solidariedade proclama nossa inocência, assim como proclama nossa impotência” (Sontag, 2003, p. 86).

Penso que Sontag fornece argumentos sólidos para a defesa de uma proposta de análise da mídia que não perca de vista a íntima relação existente entre o artefato produzido, suas condições de produção e de veiculação, e as múltiplas e surpreendentes formas de recepção – análise que é conduzida por um genuíno desejo de mergulhar nas dores (e nas belezas também, por certo), sobretudo nas dores e perplexidades de nosso tempo, para poder pensá-las, questioná-las, posicionar-se diante delas, imaginar outras possibilidades para essas mesmas faltas e excessos. Sontag não perdoa: sua experiência ao vivo em campos de guerra em Sarajevo produziu-lhe uma crítica aguda sobre os modos como nos relacionamos com a dor dos outros, através das imagens produzidas e veiculadas pela fotografia e pela mídia de um modo mais amplo, tendo como objeto a guerra, o sacrifício, o desastre, a morte. Ela mostra o quanto é fundamental estudar a multiplicidade dos efeitos da mídia nos diferentes grupos e sujeitos: é preciso fugir às generalizações, por exemplo, sobre a chamada sociedade do espetáculo, e sugerir que somos todos espectadores e que, afinal, a tal realidade não existe. Nem todos ficam embotados diante das imagens de guerra e violência, afirma Sontag; nem todos são sujeitos de uma realidade virtual; nem todos, que sofrem a dor, por exemplo, desdenham que se mostre a imagem do sofrimento. Para estes, interessa, sobretudo, que “*seu* sofrimento seja visto como algo *único*” (Sontag, 2003, p. 93, grifos meus).

### **Imperativos midiáticos**

Sem terem sido leitores de Michel Foucault (nem de Susan Sontag) calouros de Comunicação mostraram nos debates o quanto o filósofo estava correto quando afirmou, nos

idos dos anos 70 e 80 (Foucault, 1992), o caráter complexo e dinâmico do dispositivo da sexualidade e nosso horror da “anormalidade”. Eles iam confirmando, a cada depoimento, o quanto uma novela como *Malhação* está ali a incitar os adolescentes a falar, a expor-se, a expor seu corpo e, principalmente a falar, falar, falar, funcionando efetivamente não como controle-repressão, mas como controle-estimulação. No caso, a proposta de um dos episódios era exatamente a de uma menina pedir licença ao pai para ter sua primeira relação sexual. Os estudantes acertaram o alvo foucaultiano: sim, venha, fale, se mostre, mas veja, esta é a norma, esta é a regra, não só de falar, mas de fazer. Seja livre, tenha sua primeira relação, mas deste modo, e com cuidado, e com médicos por perto, e com o aval do pai e da mãe. Certamente, esse é um modo bem distinto de ser jovem (ou de se propor que sejamos jovens e adolescentes), distante por demais, por exemplo, da experiência de gerações anteriores: “incentivam e cobram isso de ti ao mesmo tempo, sabe?” (...) “Colocam um pai falando com a filha [dizendo] que é uma responsabilidade enorme [transar], que não sei o quê... A pessoa, assim, o jovem fica pressionado. Se ela levava aquilo naturalmente, mesmo que não comentasse com os pais (...), aí, vendo aquilo, fica [pensando]: ‘Bah, mas eu tenho que falar com o meu pai! Tipo: ele *deve* saber”.

No debate, além de identificar o movimento permanente de controle-estimulação do dispositivo da sexualidade (Foucault, 1990; 1992), o grupo conclui, também foucaultianamente, que está em jogo um outro dispositivo, o dispositivo pedagógico da mídia, pelo qual há que se construir esse lugar, dos meios de comunicação, como um lugar predominantemente educativo. A observação de um dos estudantes vai direto ao ponto: para ele, criar uma cena como essa de *Malhação*, da menina pedindo licença ao pai para ter sua primeira relação sexual, “é pra Globo dar uma de boa moça, pras mães não pegarem e ficarem dizendo – ‘meu filho tá vendo porcária’ (...). Mas pra mim isso é uma enganação”.

São esses mesmos estudantes que, referindo-se ao programa *Tome Conta do Brasil*, da MTV, exibido no decorrer da campanha eleitoral de 2003, passaram a discutir entusiasmadamente os problemas da corrupção política e do telejornalismo sensacionalista. “Neguinho quer ver escândalo”, disse um dos participantes; outro complementou: “Tu espera que a televisão mostre isso”. Eles se dão conta de que estão imersos nesse desejo, disseminado em diferentes instâncias, especialmente nos meios de comunicação: [nós aprendemos que] “o Estado é fraco e [que] isso é consequência dos políticos serem

corruptos”; “parece que isso [político é corrupto] tá enraizado na gente” – lamentou por fim um dos alunos.

Como é possível observar, a pesquisa acabou por mostrar que a escola, nos vários níveis de ensino, é um lugar privilegiado para professores e alunos pensarem sobre esse tempo que estão vivendo; e que os debates a partir de produtos da mídia podem ser extremamente ricos e salutares, na medida em que as temáticas e os respectivos modos de tratamento e linguagem televisiva que estes recebem dos diretores, roteiristas, atores, jornalistas, ao serem discutidos, expõem as contradições que todos vivemos, põem o dedo nas feridas que estamos sofrendo, cada um de nós; por fim, abrem espaço para que se produza pensamento, que se criem idéias outras, para além do que é dado, para além daquilo que, como muito bem expressam os alunos da pesquisa, parece algo que “tá enraizado em nós”.

### **Narrações de vida como programa político**

Bauman propõe que fazer articulações entre narrações de vida – narrações nossas, narrações da mídia, não importa – é algo que tem a ver diretamente com a tarefa de conferir sentido e finalidade à própria vida – e isso, em nossa sociedade, é não só uma tarefa individual, um direito individual, mas algo que pertence a todos, embora seja um direito difícil de reivindicar muitas vezes. Examinar narrações de vidas é um trabalho necessário, urgente, e tem a ver com um programa político mais amplo, que inclui os interesses privados e o bem público. Se a esfera pública tem sido colonizada por interesses privados, sistematicamente podados e despojados de suas conexões públicas e arranjados para o consumo privado e quase nunca para a produção de laços sociais, tal trabalho também pode ser pensado como uma “descolonização” da esfera pública. Penso que isso é não só possível como urgente e necessário, num tempo em que somos insistentemente convidados, em programas como *Big Brother* e tantos outros assemelhados, a nos recolhermos à nossa intimidade, a partir de “fórmulas de autenticidade privada propagadas pela indústria cultural”, como escreve Slavoj Žižek em seu livro *Bem-vindo ao deserto do real* (Žižek, 2003, p. 105). Para o crítico esloveno, o único caminho para romper com todas essas restrições à nossa subjetividade – estimulada pela televisão, os jornais, as revistas, o cinema (particularmente o cinema hollywoodiano), a publicidade, que nos convidam a uma privacidade totalmente objetificada – “é inventar uma nova coletividade”.

Para pensar uma nova coletividade, talvez seja necessário também produzir pensamento sobre os modos como estamos sendo narrados (nos espaços da mídia, por

exemplo) e os modos pelos quais estamos aprendendo a nos conectar conosco mesmos e com os outros. Se é verdade que nossas criações imaginárias existem para nos ajudar a lidar com o que não conseguimos compreender – a morte, por exemplo, e esse é o exemplo mais radical –, também é verdade que, num tempo como o nosso, parece que tudo está coberto pelo imaginário, tudo é imaginado para e por nós, no nosso lugar, tudo está dado, “nenhuma mudança substancial parece possível” (Kehl, 2004, p. 12). Concordamos com a psicanalista no sentido de que a oferta de outros modos de tratar das cenas imaginárias das quais nosso pensamento está sendo presa passa, necessariamente, por uma operação relacionada ao campo do simbólico, numa tarefa urgente de ressimbolização, produzida no interior dos próprios atos de intervenção. Para Žizek, todos os atos contêm riscos, não há garantias plenas.

Abrir-se ao acontecimento, ao inesperado, àquilo que não nos oferece garantias, talvez seja matéria em total falta nas práticas educacionais de nosso tempo. É disso que estamos falando quando propomos que a mídia e seus imaginários sejam trazidos para o espaço escolar, como forma de encorajar uma certa disponibilidade de vida, não exatamente para entrarmos no mundo das celebridades e da fama midiática, mas para conviver com o outro, expressar-nos, agir, dividir o poder e, nessa condição, sermos também singularidades, como escreve Arendt em *A condição humana*.

A prática com grupos de recepção, comentada neste texto, conduziu o grupo de pesquisa a pensar exatamente sobre isso: cada aluno, cada participante, ali, naqueles encontros, estava sendo colocado diante de um tipo de produção imaginária de seu tempo, sobre a sexualidade jovem, sobre os conflitos geracionais, sobre os modos de conceber a atividade política, sobre os preconceitos de classe, de etnia, de gênero, e pôde pensar sobre essa produção, na condição de alguém que não se vê obrigado a resultados imediatos a partir de suas intervenções. O convite era simplesmente o de pensar sobre o modo como estamos sendo imaginados, construídos, nomeados, interpelados. Pensar sobre a complexidade desse mundo feito de imagens, mas que nos cobra diariamente um tipo de ação, de posicionamento, de gesto. O convite foi aceito pelos cinco grupos pesquisados. É o mesmo convite que agora faço aos que me lêem e ouvem, em direção a uma desordem criativa, aquela referente ao agir humano de que nos fala Hannah Arendt, e que aposta na vida e na ação como acontecimento, como imprevisibilidade, como experimentações do político nos amplos espaços da vida social.

### **Referências bibliográficas:**

ARENDT, Hannah. *A condição humana*. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. *La sociedad individualizada*. Madrid: Cátedra, 2001.

FOUCAULT, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1992.

FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I. A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1990.

KEHL, Maria Rita. Os excessos do imaginário. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 18 jan. 2004, Caderno Mais! p. 12.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV. *Educação e Pesquisa*, São Paulo (SP), v. 28, n. 1, p. 151-162, 2002.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão & educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. 2ª. ed.

OROZCO, Guillermo. *Televisión, audiências y educación*. Bogotá: Norma, 2001.

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

ZIZEK, Slavoj. *Bem-vindo ao deserto do real*. São Paulo: Boitempo, 2003.