

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

DJANEIDE RIBEIRO DE OLIVEIRA FIGUEREDO

**RELEVÂNCIA INFORMATIVA DA NOVELA MALHAÇÃO
FORMAÇÃO DE VALORES SOCIAIS DE ADOLESCENTES DO ENSINO MÉDIO**

CURITIBA

2015

DJANEIDE RIBEIRO DE OLIVEIRA FIGUEREDO

**RELEVÂNCIA INFORMATIVA DA NOVELA MALHAÇÃO
FORMAÇÃO DE VALORES SOCIAIS DE ADOLESCENTES DO ENSINO MÉDIO**

Artigo apresentado para obtenção do título de Especialista em Mídias Integradas na Educação no Curso de Pós-Graduação em Mídias Integradas na Educação, Setor de Educação Profissional e Integrada, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Elson Faxina

CURITIBA

2015

Relevância Informativa da Novela Malhação
Formação de valores sociais de adolescentes do Ensino Médio

FIGUEREDO, DJANEIDE RIBEIRO DE OLIVEIRA

Curso de Especialização em Mídias Integradas na Educação, SEPT/UFPR

Polo UAB de Apoio Presencial em Foz do Iguaçu/PR

RESUMO – O presente artigo é resultado de uma pesquisa que teve o objetivo de investigar em que medida o Programa Malhação, da Rede Globo, influencia na formação de valores sociais na vida dos adolescentes do 1º ano do Ensino Médio, do turno matutino de um Colégio Estadual da cidade de Foz do Iguaçu, PR. Foram coletados dados e informações a respeito das vivências, do entretenimento e experiências de vida através da postura de adolescentes que podem assumir os valores veiculados por esse programa de televisão, do ponto de vista negativo e positivo. Nesse sentido, este artigo demonstra, através de gráficos e análises, que a telenovela Malhação, apesar de sua diversidade cultural, ainda transmite informações que motivam os pré-adolescentes e adolescentes para o consumo excessivo, que se sobrepõe ao seu cotidiano, ao seu mundo real, vindo a serem o que realmente não o são.

Palavras chave: Adolescente. Comunicação. Escola. Malhação. Mídias. Televisão

1 INTRODUÇÃO

Dos inúmeros veículos de comunicação que são oferecidos pelo mercado brasileiro, a televisão aberta continua sendo a grande fonte de informações e entretenimento para a maioria da população. É através dela que muitas pessoas obtêm informações sobre acontecimentos de diferentes lugares do mundo. Em tal perspectiva, pensa-se que o que é veiculado pela televisão conquista cada dia mais o monopólio da verdade, da fala no mundo. A TV é hoje o mais forte agente de informações e entretenimento, embora estudos recentes já apontem que ela pode ser passada para trás pela internet na massificação da informação. Entretanto, é sabido que a mídia televisiva desempenha um importante papel na formação cultural e social dos adolescentes, sendo para muitos a única fonte de informação e entretenimento.

Nesse contexto, um levantamento inicial aponta que a telenovela *Malhação*, da Rede Globo, é referencial entre os jovens, e que muitos se identificam com os personagens da trama do folhetim. São adolescentes que podem se moldar a personagens do enredo de *Malhação*, considerados talentosos ou heróis. Os jovens desde muito cedo tentam exibir comportamentos de outros indivíduos, assumirem os mesmos valores, posturas, ideologias e rótulos de imagens projetadas pela televisão: NERDS, atletas, gatinhas, gatinhos, roqueiros, sarados, saradas. Entretanto pode-se observar a possibilidade de possíveis reações e valores inversos, como a delinquência, rebeldia e inconsequência que, exploradas na novela *Malhação*, podem gerar uma influência de comportamentos negativos na formação juvenil.

O objetivo deste artigo é demonstrar a influência que a trama dessa telenovela, exibida no horário das 17h30min de segunda a sexta-feira, exerce no cotidiano de 32 alunos regularmente matriculados no 1º ano do Ensino Médio, do turno matutino do Colégio Estadual Professora Carmelita de Souza Dias de Foz do Iguaçu, PR.

Dessa forma, o trabalho analisa se ocorre a coerção da mídia na vida desses adolescentes, destacando características de assuntos como a capacidade de se comunicar e de se relacionar com o outro, e a troca de ideias pelo meio de comunicação de massa, a Televisão. A presente análise é de fundamental importância visto que retratam as possíveis condutas, relações e posturas no meio

social, que podem ser assimiladas com valores pelos adolescentes. Sendo assim, o adolescente pode se expressar de modos e em contextos diversos, trazendo para o seu lar, para a escola, seu meio social ou para o convívio com outros sujeitos, comportamentos distintos do que ele mesmo pensa e defende.

Para responder às perguntas e determinar a melhor forma de análise que corresponde a essa pesquisa foram realizados roteiros de entrevista semi-estruturados, e sem a identificação dos participantes, com vistas ao levantamento e análise dos dados coletados. A apresentação dos resultados se dá por meio de gráficos, seguidos de análise, encerrando-se com as considerações finais relacionando o resultado e apontando caminhos para um trabalho dessa natureza no ambiente escolar.

2 INFLUÊNCIA DAS IDEOLOGIAS TRANSMITIDAS PELA MÍDIA

A ideologia presente na mídia televisiva, e que é veiculada no ambiente familiar, na escola e nos demais meios sociais, não permite aos adolescentes se situarem criticamente e estabelecerem relações entre as informações transmitidas por esse meio de comunicação, favorecendo a repetição mecânica de chavões e fórmulas prontas. Desse modo, o indivíduo pensa e sente aquilo que lhe é imposto, pensando estar agindo de forma autônoma, entretanto, a sociologia, por meio de suas teorias, nos auxilia a entender esse processo ideológico.

Na análise de Durkheim (2002), a pressão social vem a se constituir em uma força que os fatos impõem aos indivíduos, moldando sua vontade e escolha. A partir desta assertiva, observa-se que, por força da mídia, os adolescentes se veem submetidos a uma dada formação ou se adéquam a determinados códigos normativos, ou seja, todas as características lhes são impostas a partir de uma conduta pautada na sua adaptação às estruturas presentes em seu grupo. Destaca-se, nesse contexto, que a natureza do fato social geral e coletivo condiciona e interfere nas formas sociais de ação, padronizando um comportamento coletivo geral que regra a vida social dos indivíduos.

Em termos gerais, os valores e normas sociais veiculados pela mídia modificam e interferem nas formas de assimilação do fato e do comportamento social dos jovens.

Na nossa cultura, o uso de vestimentas é algo que vem sendo transmitido de gerações para gerações, fazendo com que o indivíduo tenha essa prática naturalmente. Aquele que por alguma razão não o fizer, estará sujeito a ser excluído ou discriminado dentro do seu grupo, por não enquadrar-se aos padrões que a própria sociedade determinou (DURKHEIM, apud OLIVEIRA, 2010, p. 12).

De acordo com o pensamento de Durkheim (2002), o princípio da coerção social exerce uma pressão sobre o indivíduo, induzindo-o a conformar-se às regras da sociedade em que vivem independentes da sua vontade e escolha.

Assim, diante da citação acima, com relação à temática em estudo, procura-se analisar o comportamento dos adolescentes que estão sendo envolvidos na pesquisa por meio do programa Malhação, acreditando esta exercer assim uma influência sobre o comportamento dos sujeitos. Giddens (2002) relata que

Em circunstâncias normais, o indivíduo está relativamente protegido de questões que de outra maneira se colocariam como questões perturbadoras. De outro, quando acontecem momentos decisivos ou outros tipos de crises pessoais, a sensação de segurança ontológica provavelmente sofre tensão imediata (2002, p.171).

Já para Oliveira (2001, p. 18), “os meios de comunicação de massa ressaltam padrões de comportamentos socialmente valorizados pelas elites”. Em seu livro *Sociologia: consensos e conflitos*, a autora destaca que quando uma parte significativa da sociedade interioriza um novo modelo de comportamento, passa a ser estabelecido um novo padrão a ser seguido. Desse modo, segundo a autora, o mundo vendido na TV é um mundo de sonhos onde os conflitos são resolvidos conforme o gosto do telespectador, veiculando uma vida ideal a um público que, em sua maior parte, não pode conquistá-la (2001, p. 22).

Entre os primeiros pensadores sociais a estudar a comunicação de massa de forma sistemática estavam os teóricos críticos da Escola de Frankfurt, Max Horkheimer e Teodor Adorno (2002). Para eles, a comunicação de massa fizera surgir uma nova forma de ideologia nas sociedades modernas, pois, ao produzir grandes quantidades de bens culturais padronizados e estereotipados, fornecia aos indivíduos meios imaginativos de escape das duras realidades da vida social, debilitando assim sua capacidade de pensar de forma crítica e autônoma. Para ambos, essas evoluções havia tornado os indivíduos mais vulneráveis aos grupos ou classes dominantes, de modo que a comunicação de massa passa a ser encarada

como um meio de ideologia para difundir e promover as ideias e interesses próprios desses grupos ou classes dominantes.

Martín-Barbero (2008, p. 123) relaciona a comunicação com os movimentos sociais, contextos mais próximos da realidade do leitor que este possa mudar sua visão, pois ele exerce um papel muito importante diante da diversidade cultural do nosso país.

A televisão é a imagem plena da democratização desenvolvimentista: se somos capazes de consumir o mesmo que os desenvolvidos, é porque nos desenvolvemos. Nenhum outro meio de comunicação tinha permitido o acesso a tanta variedade de experiências humanas, de países, povos, situações, será sobre a pluralização integradora que contrabalança a unificação da televisão que encontrará apoio internamente a transnacionalização do massivo nos anos 1980 (2008, p. 123).

Apesar de esse gênero estar sofrendo constantes adaptações, concorda-se a importância de mudança na trama, inserindo temas relevantes e atuais suprimindo as expectativas da clientela telespectadoras por meio das mídias. Zelha (2000) afirma que:

Os processos de captação e edição de imagens tornaram-se cada vez mais familiares para os telespectadores (...) uma familiaridade necessária na relação com a audiência de telespectadores (...). Uma das transformações importantes para (...) própria noção de cultura. O que antes era exclusividade de um determinado grupo social num determinado território (...) ao qual uma parcela significativa da população mundial nunca poderia ter acesso e do qual jamais poderia partilhar, hoje é compreendido como maneiras diferentes de emprestar sentido em atos sociais de maneira plural através de diferentes formas de produção e tipos de uso (2000, p. 237).

Em meio às mudanças da televisão brasileira, nos anos 1960, programas infantis começavam a fazer parte da programação. As emissoras dessa época variavam seus programas conforme suas capacidades técnicas e financeiras. Ainda não haviam descoberto qual o horário, duração, tramas, lhes dariam maior audiência.

Nas décadas de 60 e 70, portanto, a televisão brasileira se encontra em processo acelerado de mudanças, na busca de uma consolidação quanto à indústria, paralelamente às inovações tecnológicas. É neste momento que a TV Globo aparece.

A TV Globo marcou época a partir de 1964 até agora, com novas técnicas de produção e administração, recebendo ajuda do setor econômico e do mercado internacional, propiciando a integração brasileira. Para o autor Caparelli (1980):

o período marcado pelo autoritarismo dos governantes pós-64 onde (...) exigências de informações e entretenimento, segundo os objetivos da televisão e os objetivos nacionais (...) visando cumprir a finalidade educativa e cultural (...) dentro da doutrina de segurança nacional (1980, p. 20).

No período de 64, com a pregação do crescimento acelerado, o governo criava um ufanismo; o patriotismo era amplamente incentivado, destacando-se as construções de duas obras que foram projetadas com vistas a atingir investimentos estrangeiros e marcar essa época: a rodovia Transamazônica e a hidrelétrica Itaipu.

Esse processo configura, portanto, um segundo momento da televisão brasileira, onde a TV Globo constitui a partir de mudanças, de inovação, de tecnologia, voltada para o consumidor. O público telespectador já se somava em grande quantidade, consumia programação, os produtos, as próprias propagandas. Além de esperar mudanças, as emissoras necessitavam modificar sua forma de divulgar e anunciar os produtos, pois as pessoas ansiavam conhecer as novidades.

Por outro lado, outra reflexão considerada aqui diz respeito à teoria de Bourdieu (apud OLIVEIRA et al., 2007, p. 161). De acordo com o autor, “o poder da mídia está também na geração de opiniões de senso comum ou na formação de opiniões ou padrões de consumo”. Existindo, nesse sentido, a “violência simbólica”, termo utilizado por Bourdieu para explicar a adesão dos dominados em um campo, uma espécie de dominação consentida, através da aceitação das regras e crenças compartilhadas como se fossem “naturais”, e da falta de raciocínio crítico para reconhecer o caráter ditador de tais regras impostas pelas autoridades dominantes de um campo. Por outro lado, os adolescentes apropriam-se dos meios de comunicação, a televisão, espaço de interação e diversidade, onde há uma preciosa liberdade de expressão, oferece cultura e divertimento e informação acerca dos acontecimentos do mundo.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa de natureza qualitativa-descritiva reporta ao entendimento sobre os efeitos e/ou mensagens negativas ou positivas do discurso ideológico

presente no Programa Malhação, exibido pela Rede Globo no horário das 17h30 de segunda a sexta-feira, no cotidiano de 32 alunos regularmente matriculados no 1º ano diurno, turma do ensino público em Foz do Iguaçu, PR.

Para a realização do estudo, fizeram-se necessário o desenvolvimento em cinco momentos durante os meses de outubro a dezembro de 2014. O primeiro foi uma pesquisa bibliográfica, já mostrada aqui. A seguir o segundo momento consta da leitura de referenciais selecionados, e a elaboração do instrumento utilizado para coleta de dados, dois questionários contendo 25 questões, as quais poderiam vir a interferir direta ou indiretamente na vida dos adolescentes e no seu relacionamento com o mundo.

Assim, no terceiro momento deu-se a convocação dos sujeitos à entrevista e, no quarto momento, utilizou-se a coleta de dados e análise dos resultados por meio de gráficos; e, por fim, o quinto momento, a partir dos instrumentos de coleta e análise dos dados, procedeu-se a apresentação dos resultados e considerações finais.

A análise e interpretação dos dados foram obtidas a partir da aplicação do instrumento de pesquisa, em que as 25 perguntas trouxeram assuntos relacionados com o comportamento dos alunos no espaço escolar, familiar e meio social. Dentre as questões abordadas foram: a liberdade ao assistirem qualquer programa de TV; a postura crítica do certo ou errado; a influência na forma de se vestir ou falar; comportamento de algum personagem da trama; estilo de vida de algum personagem de Malhação; algum tipo de violência; conflitos da telenovela Malhação espelham a juventude brasileira. E por fim, a possibilidade de sugestão de temas com novos olhares para a educação, para a motivação, transformando o conhecimento de adolescentes contribuindo com a formação do cidadão.

Os 32 adolescentes entrevistados – 18 do sexo feminino e 14 do sexo masculino - estudam em um colégio público localizado em um bairro de classe média baixa, Zona Norte da cidade de Foz do Iguaçu.

O colégio possui boa estrutura física, com salas de aula com pintura nova e muito organizada. O colégio conta também com biblioteca e com uma sala de informática com 15 computadores em estado regular de uso. Atendendo nos três turnos: manhã, tarde e noite, mas não em sistema de atendimento integral, onde pela manhã se atende Ensino Fundamental II e Ensino Médio; no período da tarde, Ensino Fundamental II e Sala de Recursos; e, no período da noite, Ensino Médio e

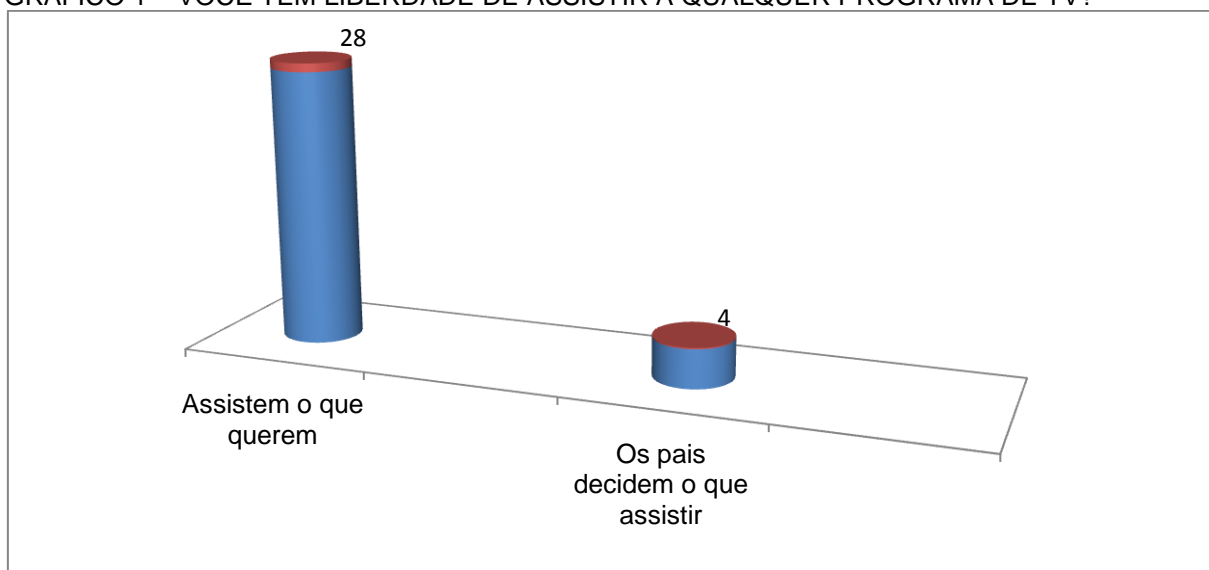
EJA – Educação de Jovens e Adultos. Em todos os turnos os alunos recebem merenda escolar.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na análise dos dados, além dos pontos positivos, observou-se também alguns pontos negativos no programa televisivo Malhação.

Dos 32 adolescentes, sujeitos participantes da pesquisa, quando questionados se os pais dão a liberdade de ver a programação que querem, 28 responderam que sim, eles próprios escolhem o que vão assistir (Gráfico 1). Diante dos números de adolescentes envolvidos na pesquisa opinativa, somente quatro deles disseram que os pais determinam o que eles devem ou não assistir.

GRÁFICO 1 – VOCÊ TEM LIBERDADE DE ASSISTIR A QUALQUER PROGRAMA DE TV?



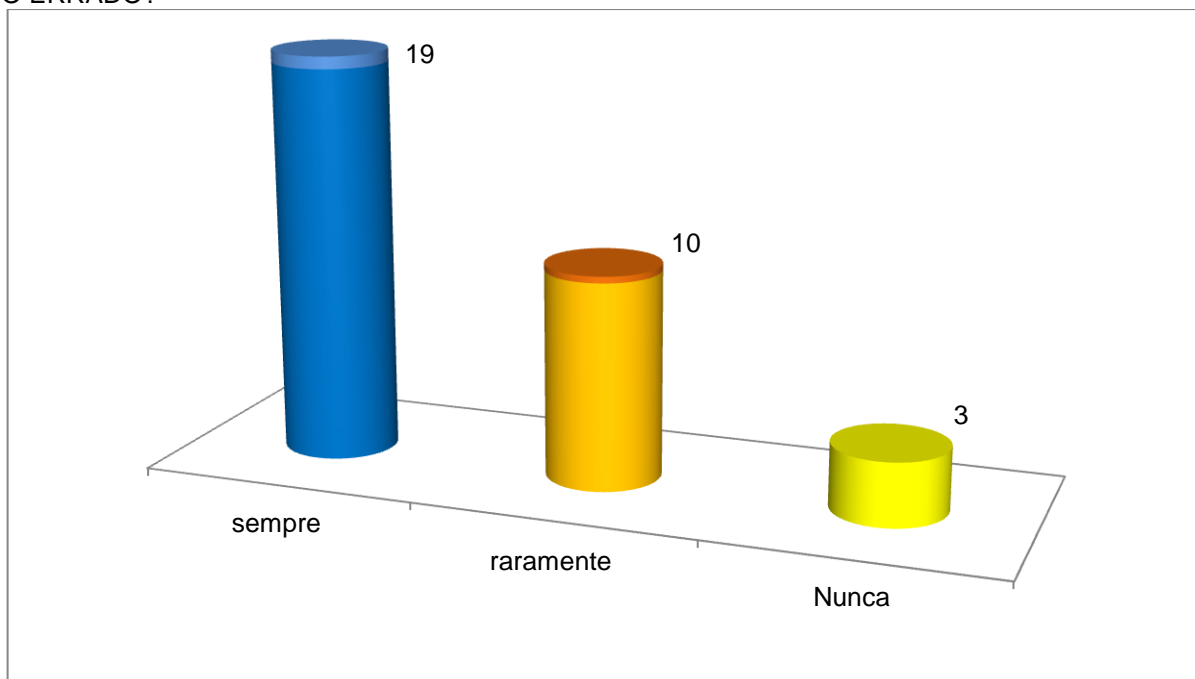
FONTE: A autora (2015).

Como se percebe, 87,5% dos entrevistados afirmaram que eles próprios decidem o que assistir na televisão. Dessa maneira, percebe-se que os adolescentes não têm um espaço de reflexão na família sobre o que assiste, procurando apenas aquilo que lhes convêm. Inquiridos sobre como escolhem um programa para assistir, eles associam sempre ao novo, ao belo, ao mais atraente. Na realidade, ao mais cômodo para conquistar o destaque social. E ficar à frente da concorrência do mercado. Ainda neste quesito, observada a relação de gênero, existe quase que uma paridade, do universo de 87,5% dos adolescentes

entrevistados que afirmaram ter a liberdade de escolherem o que assistir, 45% são meninas e 55 são meninos.

Sobre a questão da postura crítica, dos 32 adolescentes envolvidos na pesquisa, 10 não demonstram interesse em distinguir o certo do errado, apenas deixam transparecer a negatividade. Nesse contexto, 19 adolescentes revelam certa criticidade e a preocupação em selecionar o que lhes é construtivo, sem perder as dimensões do lazer, do entretenimento e da informação, deixando transparecer suas exigências. E somente três dos adolescentes não possuem nenhum senso crítico, o que confirma a falta de reflexão relacionada às mensagens positivas, e sim somente o que lhes chama a atenção. Isso é revelado no Gráfico a seguir.

GRÁFICO 2 – AO ASSISTIR MALHAÇÃO, TENS ALGUMA POSTURA CRÍTICA ENTRE O CERTO E O ERRADO?



FONTE: A autora (2015).

Observa-se que 59% dos alunos já se preocupam com o que eles devem ou não assistir, o que lhes é benéfico ou não, e 31%, de acordo com os resultados, dizem se importar com o fato de opinar, e, somente 9% deles não dão importância nenhuma ao fato de a mídia ter certo poder em influenciá-los.

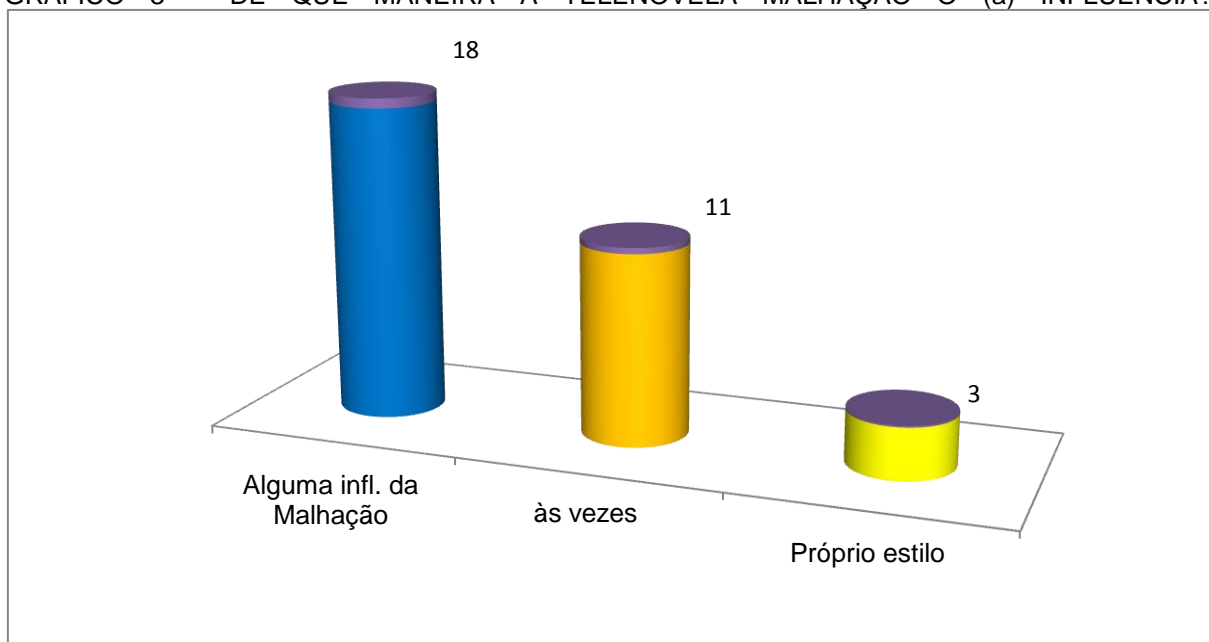
No gráfico 3, logo a seguir, destaca-se a forma com que a telenovela Malhação conquista e prende a atenção do público adolescente. Neste contexto, pode-se perceber que a telenovela de alguma forma influencia o jeito de se vestir ou de falar, enfim no estilo de vida. Vale aqui trazer a reflexão de Theodor Adorno de

que a mídia causa uma consciência aprisionada das massas e isso desvia sua atenção sobre o que importar, o que impede a reflexão sobre os problemas sociais. Pode-se ter uma visão de que, através da telenovela, há mudanças de comportamento transmitindo uma ideologia de vida, de modismo e de linguagens que são próprios da televisão, e que às vezes são adotadas na sociedade de maneira a ser fielmente seguidas. As tramas da telenovela *Malhação* parecem deixar uma margem que inspira atitudes e identificação, mesmo o adolescente não admitindo isso num primeiro momento.

Observa-se, através deste gráfico, que 18 adolescentes (5 meninos e 13 meninas), dos 32 sujeitos que fizeram parte da pesquisa, dizem seguir algum padrão da telenovela *Malhação*, destacando a influência que essa telenovela tem em suas vidas, motivando-os a criar algum comportamento ou estilo. Outros 11 adolescentes responderam que às vezes são influenciados por algum tipo de comportamento.

Por outro lado, três jovens, do sexo masculino, explicam que a televisão pode acrescentar à vida dos seus telespectadores elementos que contribuam na formação intelectual mais crítica e consciente, tendo o seu próprio estilo, sem influência alguma da mídia.

GRÁFICO 3 – DE QUE MANEIRA A TELENVELA MALHAÇÃO O (a) INFLUENCIA?



FONTE: A autora (2015)

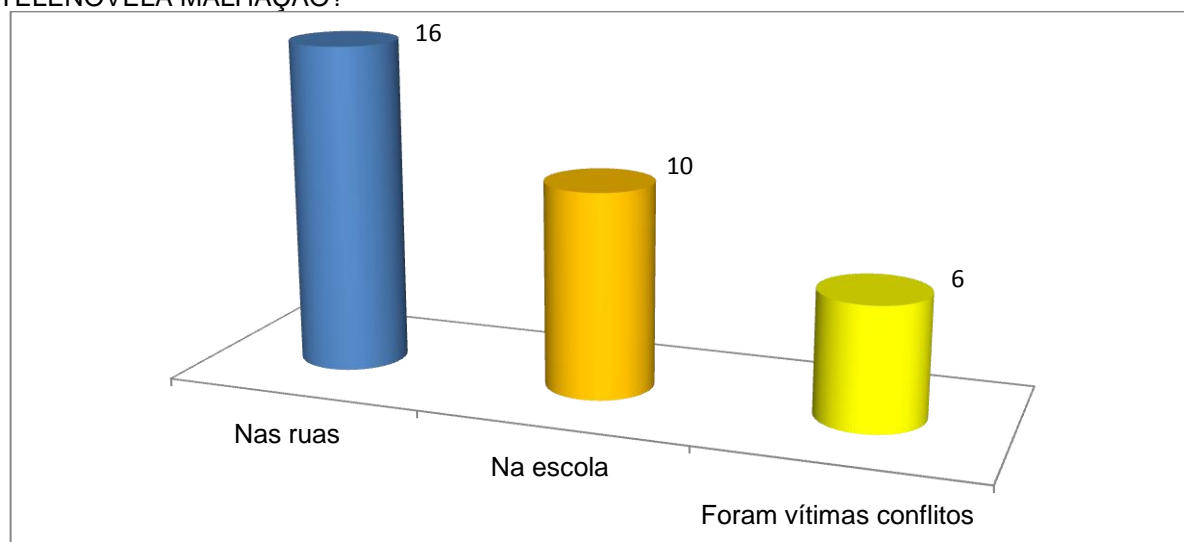
Verificando o que o gráfico demonstra, pode perceber que 56%, uma porcentagem considerável dos alunos envolvidos na pesquisa, sofrem bastante

influência transmitida pela telenovela *Malhação*. E, 34% respondem que às vezes são influenciados pela mídia; uma porcentagem mínima diz que nem tudo que passa na frente da televisão, como por exemplo a telenovela *Malhação*, os induz ou venha a aludir a comportamentos que não condiz com a sua realidade. Vale trazer aqui a afirmação de Durkheim (1982), de que a sociedade impõe nossa maneira de ser. É através dela que indivíduo internaliza os padrões sociais de agir, pensar e sentir.

O gráfico seguinte, número 4, diz respeito à vivência de conflitos por meio da telenovela *Malhação*. Das 32 amostras que foram coletadas, a análise aponta um índice expressivo de 16 adolescentes que presenciaram situações de conflitos nas ruas, na escola ou em sala de aula. Uma das adolescentes entrevistadas – de 15 anos - afirmou que já presenciou “conflitos” entre colegas relacionados à telenovela na saída da escola. Para essa adolescente, “varias vezes a maioria dos conflitos têm a ver com nosso cotidiano”.

Outros dados revelam um número de 10 jovens que relatam que a trama da telenovela chega a influenciar conflitos, comportamentos ou atitudes nos adolescentes no ambiente escolar. Dos 32 adolescentes, seis jovens – todas do sexo feminino – disseram que foram vítimas ou sofreram algum tipo de violência, conforme descreve o Gráfico 4.

GRÁFICO 4 – ONDE PRESENCIOU ALGUM CONFLITO BASEADO NOS CONFLITOS DA TELENVELA MALHAÇÃO?



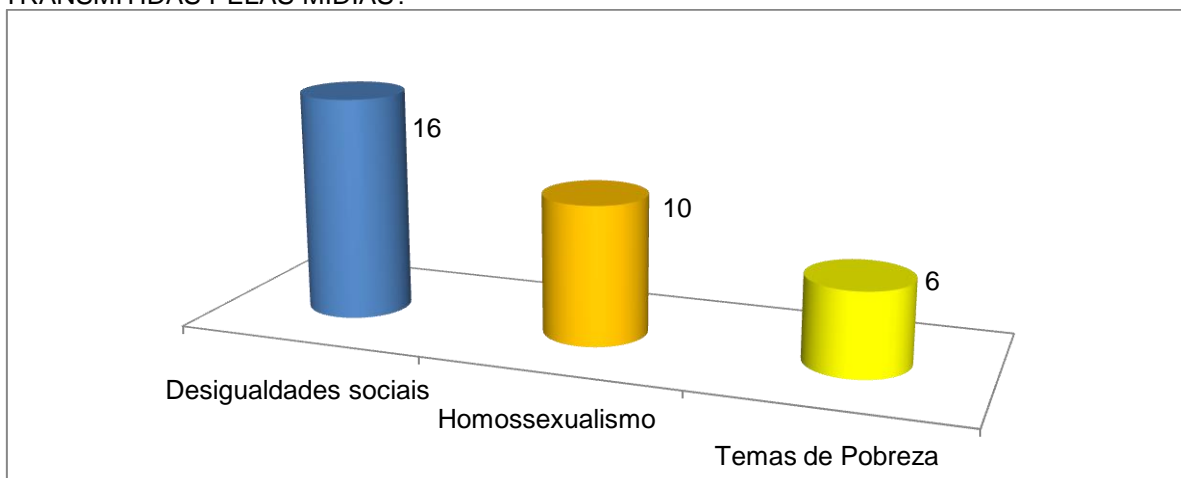
FONTE: A autora (2015)

Neste sentido, observa-se que os dados do gráfico acima revelam que, de 100% dos alunos entrevistados, metade dos alunos já presenciaram algum tipo de

conflito nas ruas baseado nos conflitos da telenovela *Malhação*. Ainda de acordo com o gráfico, 31% dos adolescentes pesquisados já presenciaram conflitos na escola e 19% foram vítimas deste tipo de conflito. A forte influência representada pela mídia é bastante visível, visto que o entretenimento transmitido está disponível ao alcance de todos, sem restrições. Alguns temas pertinentes na vida do adolescente, como sexo, violência e corrupção ganham destaque e influenciam diretamente na vida de tais indivíduos, exercendo uma coerção social no meio, a exemplo, da escola. Claro que isso pode revelar, também, que os autores de *Malhação* estão atentos com os tipos de conflitos vivenciados pelos adolescentes e buscam colocar nesse folhetim esses temas em discussão. Isto é, colocam nas tramas fatos sociais semelhantes aos vivenciados pelo público-alvo da telenovela. Contudo, é bom levar em conta a posição de Durkheim, de que os fatos sociais são exteriores ao indivíduo, mas os indivíduos os interiorizam. E a partir dessa realidade cabe aos pais ou até mesmo ao próprio adolescente criarem sua própria leitura crítica em torno das informações veiculadas, para que venham a auxiliá-lo no processo educacional.

Já no último gráfico, número 5, o questionamento feito aos alunos foi referente a uma sugestão de abordagem de temas que venham a aproximar a telenovela da realidade do adolescente, de modo que ela crie um ambiente de discussão e troca de ideias.

GRÁFICO 5: QUE PROBLEMAS SOCIAIS GOSTARIA QUE FOSSE ABORDADO NAS TRAMAS TRANSMITIDAS PELAS MÍDIAS?



FONTE: A autora (2015)

Em relação aos pontos de vistas dos alunos envolvidos na pesquisa, 16 adolescentes sugerem como prioridade as desigualdades sociais, caracterizada pelo conflito de classes tão evidenciado na nossa sociedade. Outro tema que prevaleceu por 10 jovens foi a questão da homossexualidade, como interação do conhecimento. E, por último, a pobreza foi apontada por seis jovens entre os temas essenciais levantados na pesquisa.

Alguns adolescentes entrevistados acrescentaram temas que poderiam ser tratados na telenovela *Malhação*. A questão racial foi um tema sugerido por uma das alunas entrevistadas, para quem “a relação de pessoas negras entrando em uma universidade seria tema interessante para ser abordado na trama”. Outro tema também acrescentado por um dos meninos entrevistados foi a rebeldia entre os jovens. Segundo ele, “esse tema aborda o dia a dia dos jovens do seu bairro”.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos feitos revelam que adolescentes podem ser induzidos à vontade e ao desejo ofertados pelas imagens ou consumir produtos que muitas vezes não são necessários. Isto é, a mídia acaba por influenciar os sujeitos nos modos de sentir, agir e pensar, transformando o comportamento do indivíduo no seu círculo social.

Diante da pesquisa realizada, percebeu-se que alguns resultados demonstraram que parte dos adolescentes do Ensino Médio envolvidos na pesquisa se deixa levar pelo programa da telenovela *Malhação*. Assim, observou-se uma influência significativa que fortalece a ideia de que a mídia representa o poder na vida desses adolescentes, por meio das mensagens, informações, as quais passam com incrível facilidade do real para o imaginário, de modo que este processo, sem sua filtragem e senso crítico, tende a criar efeitos negativos na sociedade. Notas-se, por outro lado, que há efeitos positivos, devido a grande quantidade de informações diferenciadas veiculadas que as pessoas podem receber sem precisar sair da zona de conforto.

Torna-se necessário que os profissionais de educação estejam atentos ao que está acontecendo nos meios de comunicação, expondo os temas em sala de aula para discutir com seus alunos, a fim de que compreendam as várias dimensões da realidade apresentada na televisão, fazendo com que o adolescente perceba os

aspectos positivos e negativos das abordagens sobre cada assunto exibido. Nesse sentido, torna-se importante o fornecimento de informações relevantes e contextualizadas, visando manter um permanente diálogo crítico a fim de que identifiquem os determinantes dos fenômenos sociais, trazendo os temas para reflexão dentro do contexto escolar.

Propõe-se, portanto, explorar esses recursos com o propósito de desenvolver nos jovens o raciocínio crítico, fazendo uma análise crítica do convívio real com o imaginário, aprendendo a refletir para ter consciência da sua identidade na sociedade em que vive, evitando assim que se tornem massa de manobra da mídia.

Tendo em vista os aspectos apresentados neste estudo, percebe-se que a televisão continua a assumir um papel relevante no cotidiano das pessoas, sendo a mais utilizada como meio de informação e conhecimento. Entretanto, é necessário refletir junto com os adolescentes sobre o papel social da TV, para que efetivamente passe a ser usada como ferramenta de educação, cultura, informação, entretenimento e mobilização social.

É preciso frisar que o universo pesquisado foi de adolescentes de apenas uma turma do primeiro ano do Ensino Médio e, mesmo conseguindo resultados satisfatórios, a quantidade de adolescentes pesquisados foi pequena para inferir daí que tais resultados possam se estender a todos os adolescentes dessa faixa escolar. Contudo, trata-se de um estudo que, nesse universo específico, acena para a necessidade de uma maior aproximação da escola com o cotidiano das mídias, a fim de se cumprir a função social da educação de possibilitar condições de autonomia ao educando, para que tenha capacidade crítica de viver e colaborar na transformação da sociedade segundo os ditames da cidadania.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor e Max Horkheimer. **A indústria cultural** – o iluminismo como mistificação das massas. In: Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BOURDIEU, P. Estrutura, habitus e prática. In: BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1992. P.183-202.

CAPARELLI, Sérgio. **Comunicação de Massa sem Massa** São Paulo: Ed. Cortez,

1980.

DURKHEIM, E. *As Regras do Método Sociológico*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1982.

GIDDENS, A. **Estruturalismo, pós-estruturalismo e a produção da cultura**. In: GIDDENS, A; TURNER, J. **Teoria social hoje**. São Paulo, UNESP, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 5ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

OLIVEIRA, Luiz F. de. *Sociologia para jovens do século XXI / Luiz Fernandes de Oliveira, Ricardo Cesar Rocha da Costa*. Rio de Janeiro: Imperial Novo Milênio, 2007.

OLIVEIRA, R. de C. da S. **Sociologia: Consensos & Conflitos**. Ed. UEPG, 2001. Disponível em: <http://books.com.br>. Acesso em: 26/07/2014.

ZELHA, Celeste. **Mídia e Informação no Cotidiano Contemporâneo**. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2000.