

## **Atravessamento de sentidos e narrativas televisivas no meio rural: interlocuções e valores na dicotomia rural/urbano.**

*Ricardo Duarte G. da Silva<sup>1</sup>*

### **Resumo**

A dicotomia clássica de regiões brasileiras como o sertão e o litoral está nos fundamentos dos primeiros estudos sobre sociedade e cultura. Com a formação das cidades, iniciou o histórico debate sobre a relação do mundo rural com o urbano. As trocas e contatos entre os dois mundos fizeram parte do processo de difusão cultural, produziu uma circulação de informações e um atravessamento de sentidos que diminuiu o estranhamento tanto do morador do rural quanto do urbano. Especialmente nos últimos anos esta circulação e atravessamento se aceleraram, em função de uma midiáticação de base tecnológica mais intensa. Este artigo objetiva entender qual a interlocução das narrativas midiáticas junto aos jovens rurais. Utilizando o método do grupo de discussão junto a um *corpus* de 13 jovens, focalizamos na mensagem da interação do público com as narrativas midiáticas não-rurais, em especial o tema da violência contra os jovens e figuras públicas admiradas na mídia televisiva.

### **Palavras-chave:**

Narrativas Televisivas; Grupo de Discussão; Juventude Rural; Interlocuções Midiáticas.

## **Traversing senses and television narratives in rural areas: dialogues and values in rural / urban dichotomy.**

### **Abstact**

The classic dichotomy of Brazilian regions to the hinterland and the coast is in the grounds of the first studies of society and culture. With the formation of cities, initiated the historical debate about the relationship of rural to urban. Exchanges and contacts between the two worlds were part of the cultural diffusion process, produced a flow of information, and a crossing of the senses which decreased the estrangement of both the resident of rural and urban. Especially in recent years this movement and crossing accelerated, due to a more intense media coverage of technological base. This article aims to understand which media narratives of the dialogue with rural youth. Using the method of group discussion with a corpus of 13 young people, identify the message of the public with respect to non-rural media narratives, particularly the issue of violence against young people and admired public figures in television media.

### **Keywords:**

Television narratives; Discussion Group; Rural youth.

---

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Sociabilidade (UFMG); Mestre em Comunicação Rural (UFRPE); Bacharel em Comunicação/Jornalismo e Rádio/TV (UFPE); Professor Adjunto I do Departamento de Comunicação Social da UFV/MG e membro do Grupo de Pesquisas em Imagem e Sociabilidade (Gris/UFMG).

## 1. Introdução

Este artigo objetiva apresentar alguns caminhos tentativos de uma pesquisa no campo da recepção além de uma perspectiva funcionalista da comunicação, na esteira do que vem se chamando “abordagem comunicacional”, com o foco nas complexas relações do público com as narrativas midiáticas. Partimos de estudos já desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisas em Imagem e Sociabilidade – Gris/UFMG (CUNHA, 2005; SOUSA, 2007; SCOTFIELD, 2007), focalizando a mensagem da relação entre um tema social, algumas figuras públicas e um público juvenil.

Pensamos em que medida a noção de enquadramento pode ajudar na nossa análise, já que o conceito vem sendo desenvolvido em diferentes investigações no campo das ciências humanas e colaborando enquanto ferramenta teórica, capaz de captar o ambiente simbólico e interpretativo das relações sociais. Neste sentido, Mendonça e Simões (2012) falam de uma “abordagem da análise da situação interativa” que vem pautando os estudos sobre mídia e outros processos sociais:

Embora as investigações de Bateson e Goffman tenham se dedicado à comunicação face a face, cresce o número de estudos de enquadramento voltados à análise das interfaces entre *media*, sociedade e política. Tal interesse se deve à percepção de que quadros específicos adquirem visibilidade nos *media* e atravessam outros processos sociais (MENDONÇA; SIMÕES, 2012, p.191).

França et. al. (2014) reforçam uma noção de enquadramento com um ponto de partida nas explicações do antropólogo Gregory Bateson, sempre se referindo à ideia de “interações comunicativas”. Pensado as recomendações para aplicá-las no campo do receptor, direcionamos nossa análise naquilo que Bateson fala sobre o nível básico da “metacomunicação”, a relação estabelecida entre os interlocutores (BATESON, 2002).

É neste nível metacomunicacional que Bateson situa o “enquadramento” das situações comunicativas: todo o enquadramento é metacomunicativo e toda a metacomunicação constitui um enquadramento. Desta maneira, além de o enquadramento (nível da relação) acompanhar o conteúdo, também incide sobre sua significação final (FRANÇA; SILVA;VAZ, 2014, p. 82).

Toda a mensagem da relação apresenta um nível denotativo que diz respeito ao conteúdo; um nível metalinguístico, onde o assunto do discurso é a linguagem; e um

nível metacomunicativo. Esta mensagem sempre manifesta um conteúdo, expressa marcas do tipo de interação e proporciona processos de aprendizagem ao sujeito. Importante identificar o que acontece na sequência interativa. A mensagem que faz referência à relação delimita um enquadramento, que permite compreender a situação estabelecida na interação; as regras implícitas que orientam as intenções/ações dos sujeitos; e o envolvimento das pessoas nela. O ponto de partida dos enquadramentos é a cultura, que fornece aos sujeitos o conjunto de regras e normas que guiam suas ações nas diferentes situações.

Os sujeitos no campo da recepção estão envolvidos em processos de mediação<sup>2</sup>. Sendo ativos, são capazes de escolhas, tendo em vista seus interesses, momentos e mundo em que vivem. Diante da variedade de narrativas e mídias, os sujeitos escolhem aquelas ao alcance, conforme sua rotina diária, e se identificam menos com um programa, formato ou gênero em si, mas com temas e figuras públicas que mais admiram e têm interesse em acompanhar regularmente. O público nutre o interesse por determinados assuntos e esta escolha já sinaliza para a existência de uma mensagem na relação. As narrativas preferenciais expressam traços da mensagem que faz referência à interação e recorta o enquadramento, fazendo compreender a situação recortada, as normas e valores que orientam as intenções (ações) e o envolvimento das pessoas nela.

Como já dissemos, as pessoas escolhem acompanhar temas e figuras públicas preferenciais por conta do interesse individual e coletivo em que vive, mas também por conta dos formatos que lhe são mais acessíveis no cotidiano (telenovelas e telejornais, por exemplo). O interesse por um escândalo envolvendo alguma celebridade, o desfecho do último capítulo da novela ou o resultado de uma rodada decisiva do campeonato brasileiro de futebol são aspectos que chamam o interesse do público e já revela a existência de uma mensagem na relação, além da mobilização das pessoas tanto para a

---

<sup>2</sup> Como disse Véron (2014, p.15-16), “a mediação é apenas o nome para a longa sequência histórica de fenômenos midiáticos sendo institucionalizados em sociedades humanas e suas múltiplas consequências”. Processo iniciado há muito tempo, a mediação se estabiliza em comunidades humanas identificáveis. Como diz o autor, os dispositivos técnicos-comunicacionais foram adotados pelas pessoas nestas comunidades, pois não existe determinismo tecnológico neste processo: “em qualquer tempo, a apropriação pela comunidade de um dispositivo técnico pode tomar muitas formas diferentes; a configuração de usos que finalmente se torna institucionalizada em um lugar e tempo particular ao redor de um dispositivo de comunicação (configuração que pode ser propriamente chamada de *meio*) só necessita de explicação histórica”.

afetação (o público paciente que se emociona assistindo) quanto para a ação (que habilita as pessoas à comunicação que está no mundo, comentando sobre o que viu).

Aquilo que condiciona a afetação e a ação do público com o famoso, os personagens do último capítulo da novela ou dos jogos decisivos revela a mensagem da relação, compreendida nas atividades em sequência: o conteúdo da relação do público com aquilo que se sabe sobre o famoso, com os capítulos da novela que dão sentido ao desfecho final ou com os jogadores e sua performance ao longo do campeonato; as marcas especiais em cada interação; e o que se aprende nela.

O interesse em acompanhar o escândalo envolvendo um jogador de futebol famoso, acusado de assassinar a ex-namorada, mãe de seu filho, aponta para a mensagem da relação estabelecida e reflete alguns valores do público já presentes e influentes por conta da experiência de vida. Ao falar de maneira recorrente sobre um assunto o sujeito, ao mesmo tempo, já escolhe, destaca seu interesse e apresenta indícios da interlocução que se estabelece. Ao mesmo tempo, em grupo e discutindo sobre temas e figuras públicas do interesse, o sujeito atualiza sua fala na interação com o outro, confirma valores que fazem mais sentido, revelando aspectos do grupo social.

Para observarmos esta dinâmica que permite o aparecimento de vestígios da mensagem da relação do sujeito e de um coletivo com a mídia, nossa estratégia metodológica parte de algo peculiar de certo público juvenil, o jovem da pequena agricultura familiar<sup>3</sup>. Este jovem nutre uma experiência de base familiar e coletiva no rural e, no último ano do ensino médio da escola rural, precisa decidir, ao que parece, entre ficar na roça ou migrar para a cidade (para uma experiência, em geral, de base individual e coletiva juvenil no urbano). De um modo geral faz parte da história de vida da “juventude rural” brasileira atravessar esse momento mais significativo entre escolher ficar junto da experiência de vida coletiva e familiar (o presente emergencial) ou migrar para a cidade, desenvolvendo outra experiência mais individual e próxima dos grupos juvenis urbanos (a mudança existencial) – se para o sociólogo José de Souza

---

<sup>3</sup> A opção por este grupo social se deve a nossa trajetória acadêmica e pelas hipóteses que procuramos testar na tese de doutoramento. A este propósito, veja-se Silva (2014, 2013); Silva e Soares (2012).

Martins o normal de hoje é migrar, tal escolha pela vida na cidade seria o prelúdio de um acontecimento<sup>4</sup>.

Ao invés das entrevistas individuais, optamos pelo método do Grupo de Discussão para analisar vestígios das matrizes interpretativas que o grupo juvenil recorre todos os dias para entender o que acontece no mundo, posicionarem-se em diferentes situações, dentro dos contextos de ancoragem das ocorrências na mídia. Partimos do chão das experiências desses jovens, que indicaram suas preferências em termos de narrativa, tema social e figuras públicas. As escolhas parecem refletir, com mais intensidade, o momento em que vivem e discutir sobre elas constituiu esse lugar onde se funda a comunicação, espaço da elaboração coletiva das condições de formatação desta relação dos jovens com as narrativas midiáticas preferenciais.

Esse momento vivido pela juventude no rural tonaliza os quadros da dimensão cognitiva daquilo que chama a atenção na mídia. As narrativas estimulam o acionamento desses quadros e indicam as regras vigentes na interação, o que permite, ao longo das sessões do grupo, a visualização da interlocução: posicionamentos adotados, intenções, discursos, diferentes inserções dos jovens nas situações analisadas, papéis ali confirmados por eles e seus conflitos evidenciados. Nos limites deste artigo iremos apresentar apenas alguns vestígios da interlocução que se estabelece.

## **2. A experiência midiática dos sujeitos no campo receptivo**

O trabalho de pesquisa com foco nas interseções existentes entre os sujeitos nas instâncias emissoras e receptoras segue a recomendação de alguns autores preocupados com o delineamento do campo da comunicação. Para Fausto Neto (2010, 2012), os impactos das novas disposições midiáticas da mensagem sobre o âmbito dos sujeitos suscitam uma revisão do termo “recepção”, já que ele se vincula ao resultado dos efeitos ou à confirmação das expectativas dos pólos emissores. A ação “tecnosimbólica” do

---

<sup>4</sup> Ampliando ainda mais, podemos dizer que, quando se migra, o indivíduo no rural vive em uma condição de entremeio cultural. A vida de populações neste entremeio seria um acontecimento: a vida entre a terra natal e a terra prometida. Assim vivem hoje diversos povos: os haitianos que chegam pelo Acre, os bolivianos em condições opressoras de trabalho em São Paulo, os africanos em viagens clandestinas nos navios cargueiros, os sírios que fogem da guerra, etc. No Brasil, tais populações vivem em um entremeio cultural semelhante (e talvez em grau maior) ao jovem da roça que vai morar na periferia da cidade grande.

campo da produção sobre as instâncias receptivas não se efetivaria de modo causal, mas sim de acordo com a intenção dos sujeitos nessa relação, pois sem essa intenção inexistiria a ocorrência de comunicação.

A construção das relações entre produção e recepção repousava em torno da ocorrência de um ato [comunicacional] cujas complexidades e indeterminação estavam colocadas fora de cena. Considerava-se a ênfase ao aspecto consciencial dada por este processo, pondo também fora da cena o âmbito da circulação. A existência de uma “zona” no fluxo produção/recepção era naturalizada como uma “passagem” automática neste circuito – uma espécie de intervalo – sobre o qual diferentes tradições de pesquisa desconheciam a sua existência (FAUSTO NETO, 2010, p. 56).

Para o autor, os territórios (os dois campos ou os dois mundos) da recepção e da emissão se posicionariam lado a lado (em relação, em constante transformação), o que dá ênfase ao aspecto comunicacional, destacando menos a cultura e o sujeito (menos visíveis no processo) do que a ocorrência da comunicação, bem como o movimento dos sentidos e os instantes que configuram essa experiência midiática.

Existe, de forma mais clara, uma dinâmica (frágil, complexa, distendida) que se constitui entre as instâncias emissoras e receptoras, chamada de zona de interpretação (FAUSTO NETO, 2012). Neste espaço os sentidos se ajustam na relação, envolvendo tanto o que chama a atenção, aquilo ao qual se refere tais narrativas, quanto o nível macro (o aspecto cultural, o espaço privado da experiência em família).

A zona de interpretação se constitui como um lugar de escolhas dos sujeitos de ambos campos. Escolhemos informações que nos interessa em um dado momento, em geral uma informação significativa. O momento que vivemos convoca valores a estarem presentes e influentes com mais intensidade e, tais valores, coadunam com nossos interesses. Ao interagirmos com aquilo exposto na tela, damos vida à coisa não somente por conta das informações que selecionamos, mas principalmente por que essas informações se ancoram ao que já sabemos. Nossa escolha, portanto, seria conduzida pelo que já conhecemos sobre as coisas e as pessoas. Por isto que, antes de escolhermos, temos respostas potenciais já atuando com antecedência sobre o nosso dizer. É o que já sabemos (expandido pelas informações consideradas significativas) que nos habilita à comunicação e forma o capital de conhecimento que permite nossas interações.

Não é possível, numa perspectiva interacional, analisar a intervenção de um emissor sem levar em conta o outro a quem ele se dirige e cujas respostas potenciais (as respostas do outro imediato e de outrem – o grupo ao qual pertence) já atuam com antecedência sobre o seu dizer; não é possível analisar o receptor separado dos estímulos que lhe foram endereçados e que o constituíram como sujeito da qual relação [...]. Em suma: uma perspectiva interacional e situacionista não permite analisar uma fase do ato social sem levar em consideração seu encadeamento numa sequência de outras fases (FRANÇA, 2008, p. 85).

Assim se constituem importantes os aspectos da experiência das pessoas, que serve como mediadora para o indivíduo e uma coletividade. Experiência que, para John Dewey, é o agir e o sofrer as consequências deste agir. Neste sentido, algumas de nossas intenções e ações na vida (que influenciam nas práticas e mobilizações), e o sofrimento das consequências disto, produzem experiência. Ficar na roça ou viver na cidade são decisões que fazem parte da experiência de vida da juventude no rural. A escolha (intenção e ação) revela um sofrer (individual e familiar). Entrelaçada com tais escolhas na vida, o público juvenil escolhe também temas e figuras públicas na mídia e comenta sobre coisas e pessoas nos espaços de sociabilidade.

E se temos um sujeito enredado em relações com a vida e com a mídia, são tais relações que constituem este sujeito: associações com as linguagens, com o simbólico e com outras pessoas da roça e da cidade:

Ser sujeito da comunicação ou em comunicação significa algo mais específico, e nomeia um sujeito enredado numa teia de relações. São as relações que constituem esse sujeito – a relação com o outro, a relação com a linguagem e o simbólico. Assim não falamos em sujeito no singular, mas no plural; e não somente sujeitos em relações, mas em relações mediadas discursivamente (FRANÇA, 2006, p.76-77).

Os jovens no rural, enredados em seus vínculos, constituem-se como sujeitos informados e habilitados à comunicação sobre determinados assuntos do interesse do grupo. A mensagem da relação revela um sujeito vinculado a um universo rural menos tradicional, porém interessado e capaz de interpretar, conversar e se identificar com o mundo urbano além das fronteiras rurais.

## 2.2. Figuras públicas e a interação

Podemos dizer, então, que as figuras públicas não estão somente na mídia, mas ocupam o imaginário social da juventude no rural pesquisado. Por vezes aparecem e desaparecem em variados meios de informação, tematizando conversas cotidianas e sendo alvo de interesse. A mensagem da interação revela o funcionamento da mídia preferencial e as características de um rural de nossa época.

A análise das figuras públicas em si nos ajuda a pontuarmos algo fundamental em nosso estudo, a capacidade de atração delas (e de alguns temas). Importante, então, sabermos um pouco mais sobre estas figuras. Elas estão em lugar de destaque, têm fama, mas podem ou não ser ídolos ou/e celebridades. Todas as figuras públicas na mídia ocupam um lugar de destaque não somente por estar na mídia, mas também pela posição social que ocupam (filho de famoso, em um cargo público de destaque, apresentando um programa de grande audiência, etc). Em algum momento, pessoas com pouco ou nenhum destaque na mídia de repente ganham intensa visibilidade e fama por conta do lugar que se situam ou são “obrigadas” a ocupar. Viram celebridades e ídolos quando os desempenhos dessas figuras se tornam excepcionais, como certos jogadores de futebol.

O lugar de destaque, o excepcional desempenho da personalidade e a visibilidade midiática das figuras se coadunam com momentos especiais na vida do sujeito e os aspectos de sua cultura. A associação de determinadas figuras públicas mais admiradas com o momento da vida dos sujeitos fazem parte de um fenômeno complexo que aponta para uma multiplicidade de fatores atuando em conjunto.

O momento vivido não indica algo só psicológico centrado no indivíduo. E, a partir deste ponto, ressaltamos o que diz Geertz (2000), discutindo a noção de carisma: os valores que fazem sentido para o sujeito se constituem com as conexões que ele faz com “centros ativos da ordem social”, com lugares de referência onde se concentram instituições, idéias dominantes e questões importantes. Além da mídia, a cidade ou o urbano seria um centro ativo da ordem social.

Em outro trabalho (SILVA, 2005) já falamos sobre isto: a histórica capacidade da cidade de funcionar como atração em relação ao campo; a importância do simbólico e do cultural no fenômeno da migração das pessoas das áreas rurais para os espaços

urbanos. “O carismático não é necessariamente dono de algum atrativo especialmente popular, nem de alguma loucura inventiva; mas está bem próximo do centro das coisas” (GEERTZ, 2000, p.185). Ele está na cidade, pois precisa ser urbano.

Aqui temos uma complexa associação das figuras com o cultural dos jovens no rural, quando observamos a dicotomia rural-urbano e os atravessamentos de sentido entre os espaços, os temas e figuras que funcionam estimulando valores. Os quadros de valores, as relações de poder e o jogo de forças de um contexto dialogam com as figuras públicas e se colocam atrás do procênio de um processo que habilita e justifica tais figuras como admiradas (famosas, idolatradas ou como celebridades). Os holofotes da mídia estão em certos lugares onde estão pessoas públicas; temas importantes (como a violência contra os jovens, por exemplo) não teriam tamanha atenção do público juvenil se antes não existisse o desejo deles pela vida urbana e uma valorização de uma paz social cidadina capaz de beneficiar seus projetos de vida fora do rural; os aspectos espirituais que despontam em um cenário de ostentação juvenil não seriam destacados como algo perverso se não existisse um universo onde se partilha as coisas em família, no coletivo.

Em um determinado momento da vida dos grupos sociais e dos indivíduos, as figuras admiradas ostentam aquilo que um coletivo valoriza. São personagens em sintonia com o quadro de valores e com o centro das coisas que a coletividade valoriza. Migrando para o urbano o jovem do rural busca uma visibilidade e sinaliza para uma busca em estar junto dos outros jovens que ocupam este lugar central das coisas. O sentido pode estar na necessidade de ser respeitado socialmente, ter retorno financeiro, mas também de ser visto por outros – diferente do isolamento que o rural proporciona.

### **3. A mensagem da interação: um tema social, algumas figuras públicas na mídia televisiva.**

Observamos ao longo das cinco sessões do grupo de discussão o papel de leitor social das narrativas midiáticas assumido pelos jovens, tendo em vista dois aspectos: o momento dele enquanto aluno do último ano do ensino médio de uma escola rural; e enquanto habitante de uma experiência de base familiar rural. A mensagem da interação com as narrativas se delinea quando associamos traços do conteúdo escolhido com esta experiência.

Partimos das escolhas do público. Os jovens indicaram a mídia televisiva como preferencial e os gêneros mais queridos, telejornais (de variados canais) e as telenovelas das sete e das nove da Globo<sup>5</sup>. Durante o processo, apareceram com mais intensidade no centro dos debates duas categorias de assuntos, aparentemente distintos: a violência contra os jovens urbanos (e, nisto, envolvem-se diferentes aspectos e tipos de violência) e algumas figuras públicas admiradas. Curioso que o tema e as figuras não tinham um vínculo forte com o universo rural (tema, programa ou figura). Um dos traços da mensagem da relação, portanto, seria o interesse pelas narrativas não-rurais. Este traço já nos diz um pouco sobre como o tema da violência contra os jovens e algumas figuras admiradas dialogam com um contexto normativo e valorativo da juventude no rural.

Além da mídia televisiva e dos gêneros queridos, identificamos também algumas incisivas recorrentes nas falas dos jovens: o valor da força de vontade para superar as dificuldades; de confiar naquilo que exige esforço, pois “nada é de graça na vida”; o valor do “fazer o que é certo e justo”; a importância daquele que se preocupa com os pobres (“gente como a gente”), de ser divertido e simples ou alguém dedicado à família<sup>6</sup>.

Ao longo das sessões construímos uma lista envolvendo 37 nomes de figuras públicas citadas durante as sessões. Um *ranking* foi criado e apenas quatro nomes alcançaram o topo da lista das mais admiradas sem rejeições por parte dos jovens. Para fins deste artigo, não iremos ressaltar todas as figuras com rejeição. Pela ordem, as admiradas foram: o papa Francisco, a apresentadora Hebe, a presidenta Dilma e o apresentador Marcelo Resende. Outras com baixa rejeição se destacaram: o jogador Neymar, o ex-presidente Lula e as personagens femininas das telenovelas. O mais rejeitado foi o ex-goleiro Bruno.

---

<sup>5</sup> Para fins deste artigo optamos por realçar aquilo que se apresentou com mais intensidade ao longo da pesquisa, reconhecendo que não há uma primazia do meio televisão no meio rural, pois são também importantes o meio rádio, o avanço do uso e das trocas de mensagens via celular e o crescimento da internet em algumas regiões. Sabemos, também, que a escolha pelas telenovelas e telejornais noturnos, principalmente entre sete e onze horas, se deve a rotina do jovem no rural, que envolve tanto o trabalho na roça e os estudos quanto o fato de se ter apenas uma televisão para toda a família em sua casa – o que por vezes só permite ao jovem assistir aos programas que os pais assistem.

<sup>6</sup> Ao longo das sessões do grupo de discussão aplicamos alguns questionários de apoio aos objetivos do estudo. Neles verificamos os valores mais admirados, aspectos do ser jovem no rural, os projetos de vida e quais as características de um tipo de pessoa admirada na vida dos jovens.

Todos estes diferentes personagens são figuras públicas ou “pessoas que ocupam cargos ou posições que dizem respeito à vida coletiva de uma sociedade e, nesse sentido, devem se ater à ideia de bem comum e interesse público, necessitando dar transparência às suas ações e delas prestar contas à coletividade” (FRANÇA, 2014, p.16-17). Ou seja, a protagonista de uma telenovela é uma atriz posicionada em um lugar de destaque representando aspectos humanos que existem em uma vida coletiva na sociedade; para o jogador Neymar e o ex-goleiro Bruno não se exige apenas o desempenho dentro do campo, mas também fora dele.

Dentre as figuras, a Hebe foi a única que continua admirada após sua morte. A apresentadora construiu junto ao público um capital de valores tradicionais ligados à família, a partir da extensão de sua fama que atravessou seu tempo, figura que se faz lembrar ainda hoje na discussão dos jovens (que nunca chegaram a assistir ao programa dela) e permanecendo como referência no imaginário social de alguns grupos<sup>7</sup>. Na sua época Hebe talvez não tivesse chegado ao *status* de ídolo, mas certamente era uma celebridade. Já a Dilma não se tornou celebridade, mas vem ganhando expressão na mídia internacional, ampliando sua fama. Celebridade diz respeito a sentidos como conhecimento, reconhecimento e cultura; “alguém que se torna conhecido por muitas pessoas, reconhecido por aquilo que é ou faz, cultuado enquanto uma certa excepcionalidade digna de admiração e reverência” (FRANÇA, 2014, p.19). Assim talvez seja celebridade o papa Francisco, o jogador Neymar e, quem sabe, o apresentador Marcelo – sendo que os dois primeiros se aproximam mais da noção de ídolo.

Voltando às discussões sobre as figuras, tivemos o debate sobre as atitudes extra-campo do ex-goleiro Bruno, que foi parar no banco dos réus; lembramos dos valores nas figuras femininas das duas telenovelas que estavam sendo exibidas na época da pesquisa (as empreguetes da “Cheias de Charme” e a protagonista Morena da “Salve Jorge”); dos gestos midiáticos do Papa, lembrado como uma figura que, do alto do poder de chefe de Estado, curva-se humildemente aos pobres; a visão da riqueza sem frescura da Hebe,

---

<sup>7</sup> “sua doença e morte [da Hebe] foram acompanhadas pelo país todo, e a apresentadora foi saudada e reverenciada por diferentes personalidades. Uma carreira de mais de 50 anos não pode ser creditada simplesmente a algo como uma fixação das emissoras, insistindo em patrociná-la e mantê-la no ar, independente daquilo que ela podia lhes aportar” (FRANÇA, 2014, p.21-22).

“rainha da TV brasileira” que dava selinho em todo mundo e falava da família; o orgulho de ter uma representante do sexo feminino no lugar mais alto do poder (a presidenta Dilma), em meio a um universo rural tradicionalmente marcado pelo machismo e “dominação” masculina; e o jeitão do apresentador Marcelo, apresentador do “Cidade Alerta”, telejornal policial da TV Record: meio grosseirão (“abestalhado”, como o próprio apresentador disse certa vez), divertido e simples (como disseram os jovens).

Os jovens ressaltaram a história de vida de algumas figuras que remonta valores como simplicidade e humildade, associados, de certa maneira, a algumas incisivas como “força de vontade para superar as dificuldades”, a crença “naquilo que exige esforço”, pois “nada é de graça na vida”. O papa Francisco, vinculado ao valor da humildade, é admirado em meio a um cenário juvenil de ostentação e distinção pelo consumo; e, de alguma maneira, Marcelo e Hebe se alinham a ideia do “gente como a gente”, importando menos a classe social que ocupam do que o papel que desempenharam em seus programas.

Entre as figuras femininas, as falas e o desempenho das “empreguetes” denotam a ideia de superação pelo esforço e crença naquilo que exige trabalho, pois (novamente) “nada é de graça na vida”. Esta última incisiva foi reforçada também quando os jovens mencionaram a personagem Morena, que migrou de seu lugar comum (morro do Alemão) para tentar uma vida melhor para ela e sua família em terras estrangeiras (Turquia), caindo nas “garras” do tráfico de pessoas. Com relação a personagem, foi recorrente as incisivas “confiar no que exige trabalho, pois nada é de graça na vida”. No caminho da Morena surgiu a dedicada delegada Heloísa, alguém que “se preocupa com os pobres” (no caso, a Morena), tentando fazer “o que é certo e justo”.

A figura do ex-goleiro Bruno se inscreveu tanto no gosto dos meninos pelos assuntos sobre futebol quanto no interesse de todos pelas notícias dos telejornais policiais. A figura atravessou da editoria de esportes até as páginas policiais, estimulando o debate em torno da violência contra o jovem e a mulher jovem – ao lado de outros casos lembrados e que envolvem os dramas individuais dos anônimos. A mensagem da relação com a figura do ex-goleiro anuncia uma preocupação com um quadro maior de violência (contra a mulher, contra o jovem), mas inspira sentimentos

como indignação e frustração pelo que aconteceu com alguém muito admirado ou pelo fato contribuir ainda mais com um cenário diário da violência na cidade – no lugar desejado pelos jovens em busca de reconhecimento através das profissões urbanas.

Já a mensagem que podemos visualizar na relação com os apresentadores de tevê, reforça a idéia de figuras públicas “divertidas e simples” (“assim como nós”, como ressaltou um dos jovens na discussão): apresentadores que conversam como se estivesse na sala de estar de uma família comum, recebendo todos sem cerimônia, ou na praça da esquina, batendo um papo de maneira simples sobre os acontecimentos.

Os muitos achados encontrados na pesquisa se desdobram em outras questões, merecendo outros destaques, mas que vão além dos limites deste artigo. Por hora salientamos, enfim, que o público juvenil está em uma relação distinta com tais figuras, o que significa dizer que nesta relação existe uma constante negociação de sentidos e uma assimetria do público com os sujeitos nas narrativas (as figuras públicas). Por isto, importa para onde aponta a mensagem da interação, para os traços das matrizes interpretativas, para quadros de sentido e molduras de identificação da situação interativa em vigor, no campo receptivo estudado.

### **Considerações finais**

O objetivo deste artigo foi mostrar a possibilidade de um estudo com o foco na mensagem da interação entre um público juvenil no rural e as narrativas midiáticas não-rurais, na tentativa de construir uma análise da recepção fora do funcionalismo.

Utilizamos a noção de enquadramento para ajudar a visualizar a maneira como se constitui o conteúdo da relação do público juvenil com as narrativas. Pelas incisivas observamos o tipo de interação que as figuras públicas e o tema social da violência estabelecem com o público juvenil, já que o ponto de partida dos enquadramentos seria a cultura e o momento vivido dos jovens. A situação estabelecida na interação se ajusta em função deste contexto e as regras implícitas (“confiar no que exige esforço”, “fazer a coisa certa”, “nada é de graça na vida”, “força de vontade para superar os problemas” e “dedicar-se à família”) orientam as intenções (ações), as falas dos jovens e o envolvimento deles no debate sobre as figuras públicas durante o grupo de discussão.

As intenções, ações, falas e níveis de envolvimento dos jovens com relação a uma ou outra figura são escolhas condicionadas por interesses ancorados naquilo que já se sabe (muito ou pouco) sobre os assuntos. Indicar figuras públicas como sendo mais admiradas do que outras são escolhas que revelam muito destes jovens. Corpo e espírito destas figuras funcionam latejando informações significativas (que fazem sentido) para o público, pois se entrecruzam ao que já se sabe tanto sobre a figura quanto sobre a vida.

Mas por que faz sentido conversar no grupo de discussão sobre aspectos relativos a tais figuras públicas e o tema da violência contra os jovens? A resposta talvez esteja a mensagem da interação proporcionada pelas narrativas não-rurais. Aquilo que existe além das cercanias rurais interessa mais do que o estritamente rural, talvez por que as figuras públicas citadas como admiráveis são figuras estabelecidas no espaço urbano, situadas não somente no procênio da cena midiática, mas fazendo parte de uma geografia urbana que se caracteriza pela midiatização mais intensa.

Desta forma, o pano de fundo seria a atração da cidade sobre o campo, enquanto que sob os holofotes estão as figuras públicas na mídia. O interesse dado a violência contra os jovens e aos dons do corpo e do espírito das personalidades existe por conta dos projetos de vida de sair da roça, do significado de cidade, da crítica ao cenário de ostentação juvenil no espaço urbano em contraste com o universo mais coletivo e familiar no rural.

As figuras públicas com história de vida de superação, divertidas e simples, que se curvam aos pobres e inspiram dedicação à família levantam a bandeira daquilo que se valoriza com mais intensidade no momento vivido dos alunos do último ano do ensino médio da escola rural. Estão em alinhamento com as incisivas que revelam valores sociais necessários à experiência de viver na cidade, neste centro das coisas.

A busca pela visibilidade na mídia por parte de uma celebridade, por exemplo, “estranhamente” se assemelha a busca por visibilidade de jovens no rural, invisíveis por conta do isolamento, que tentam se tornar visíveis no espaço urbano. Desejam ser reconhecidos pelos familiares e pelos amigos da roça por conta do lugar que ocupam na cidade, galgando as profissões urbanas e, assim, pertencer a este universo da nova classe média cidadina que cada vez mais midiatizada.

### Referências bibliográficas:

CEFAÏ, D. Como nos mobilizamos? A contribuição de uma abordagem pragmatista para a sociologia da ação coletiva. *Revista Dilemas*, n. 2 (4), 2009, p. 11-48.

CUNHA, P.M. A questão do popular na TV: interlocuções entre programas populares e telespectadores. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, 2005.

FAUSTO NETO, A.; SGORLA, F. Despedindo-se de Fátima (do Jornal Nacional?): “...vamos ficar órfão (...)”: o JN fica sem sentido... XXI Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Juiz de Fora/MG, 2012.

FAUSTO NETO, A. Bordas de circulação. *Revista Alceu*, n.20, v. 10, jan./jun 2010, p. 55-69.

FRANÇA, V.R.V.; SILVA, T.; VAZ, G.F.F.; Enquadramento. In: FRANÇA, V.R.V.; MARTINS, B.G.; MENDES, A.M. (Orgs.). Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (Gris): trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação. Belo Horizonte: Fafich/UFMG, 2014, p.82-85.

FRANÇA, V.R.V. Celebidades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, V.R.V.; FREIRE FILHO, J.; LANA, L.; SIMÕES, P.G. (Orgs.). Celebidades no século XXI: transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014, p.15-36.

\_\_\_\_\_. Interações comunicativas: a matriz conceitual de G.H.Mead. In: PRIMO, A.; et al.(Orgs.). Comunicação e Interações. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 16-21.

\_\_\_\_\_. Sujeitos na, sujeitos em comunicação. In: GUIMARÃES, C; FRANÇA, V.R.V. (Orgs.). Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006, p.61-88.

GEERTZ, C. Centros, reis e carisma: reflexões sobre o simbolismo do poder. In: \_\_\_\_\_. *O saber local*. Petrópolis: Vozes, 2000, p.182-219.

MENDONÇA, R.F.; SIMÕES, P.G. Enquadramento: Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 27, n. 79 junho/2012.

SCOFIELD, T. H. P. Possibilidades do feminino: as telespectadoras de Ponta Porã e as mulheres do Mais Você. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, 2007.

SILVA, R.D.G. Juventude em trânsito: atravessamento de sentidos e narrativas televisivas no meio rural. Tese (Doutorado em Comunicação e Sociabilidade). Universidade Federal de Minas Gerais, 2014.

\_\_\_\_\_. Aquilo que adere e se entrelaça com a vida: os sentidos em torno dos sujeitos na televisão. XXII Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Universidade Federal da Bahia, Salvador, jun. de 2013.



\_\_\_\_\_. Uma metrópole invisível: imagem e discurso de jovens rurais pernambucanos sobre São Paulo em uma rede comunicativa com jovens paulistas. Recife: Livro Rápido Editora, 2005, 250p.

SILVA, R.D.G.; SOARES, J.B. Consumo de mídias, interações e valores entre jovens rurais mineiros. XXI Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, jun. de 2012.

SOUSA, C.C. de. Juventude e escola: a interseção entre Malhação e o cotidiano dos jovens. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Minas Gerais, 2007.

VERÓN, E. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas conseqüências. Revista Matrizes, v. 8, n. 1, jan./jun. 2014, p. 13-19.