

NAVEGAR É NECESSÁRIO: PESQUISA DE RECEPÇÃO VIRTUAL ATRAVÉS DO ESTUDO DE CASO DO PORTAL *MALHAÇÃO*

DANIELA MORAES SCOSS

Centro Universitário Ítalo Brasileiro – São Paulo – SP – Brasil
danielascoss@hotmail.com

Introdução

Poderíamos utilizar diversos exemplos de como nosso imaginário, nosso consumo e até, por que não, nossos interesses são orientados pelos meios de comunicação de massa, criando uma espécie de *ilusão da necessidade*, reinventando nossos hábitos e costumes.

Desde o surgimento do rádio e dos periódicos nos anos 20 e 30 já se vislumbrou a possibilidade de utilizar o esporte como atrativo, pois quanto mais se investia no esporte, mais lucro era gerado (FERRANDO, 1998). O rádio foi o mediador entre tradição e modernidade, sendo o veículo mais eficaz até o surgimento da televisão. Com o acesso das massas à televisão, a relação entre meios de comunicação e esporte acabou se firmando de vez. Este processo de espetacularização do esporte também está intimamente ligado à imagem dos heróis esportivos, confundindo o que é real com o irreal.

Atualmente, o esporte é uma das atividades que mais chama a atenção dos jovens, junto com a música, a dança e as artes gráficas. O mesmo podemos dizer em relação à Internet, que exerce fascínio sobre as gerações que crescem em meio a novidades tecnológicas surpreendentes.

Funcionando como um agente de socialização do jovem, o esporte proporciona a formação de grupos de interesse que se reúnem em diversos espaços, seja nas escolas, nas praças, nas danceterias ou lanchonetes. Com o acesso facilitado à Internet, os jovens passaram a se agrupar através dos sites específicos e grupos de discussão, mostrando que *navegar, além de preciso, atualmente, é necessário*.

Neste estudo, foram realizadas pesquisas em um portal da Internet que inclui um site, um grupo de discussões, um blog coletivo e uma lista de fãs, na tentativa de estabelecer possíveis conexões entre juventude, esporte e televisão.

Televisão, esporte e juventude

A presença dos veículos de massa nas sociedades modernas vem provocando mudanças com relação aos modos de ver e de sentir dos grupos humanos, influenciando as mais variadas práticas sociais.

Se os espectadores de televisão recebem atualmente mais mensagens televisivas, também variam as formas pelas quais se relacionam com elas, desde as maneiras como compõem autonomamente suas próprias fichas de programação ou desenham seus ritmos pessoais de recepção televisiva, agora muito mais impactados pelas possibilidades do zapping. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001: 67).

Assim como o esporte, os meios de comunicação estão presentes em todas as esferas de nossa vida principalmente através das tecnologias mais recentes. Eles representam um importante agente de transformação, uma vez que introduzem informações e padrões de comportamento, desenvolvem motivação e criam expectativas, ideais de atuação e modos de vida.

A televisão atrai diariamente milhares de telespectadores através da veiculação de sons e imagens (em movimento, dinâmicas, coloridas, portanto fascinantes!) que dedicam pelo menos uma parte de seu tempo a ela. Podemos considerá-la uma importante fonte de informações sobre como se processam os hábitos, os consumos e os significados.

O jovem de hoje, além de conviver em um grupo social que transmite regras, valores, ideais, convive com uma quantidade enorme de informações que são veiculadas pelos meios de comunicação, que apresentam diferentes idéias e estilos, modos de ser, comportamentos, que ditam modas e usos e formam o imaginário.

Devido a este universo de possibilidades e incertezas, que caracteriza esta fase da vida, o esporte espetacularizado via meios de comunicação, tem um papel fundamental na constituição deste sujeito enquanto produtor de cultura e consumidor.

Como cada indivíduo está envolvido em uma pluralidade de pertencimentos: posições sociais, redes associativas, grupos de referência, ele acaba participando de uma multiplicidade de mundos. Esta gama de opções é o que dá ao jovem a opção de escolha. A identidade individual e coletiva de alguma forma interfere na invenção de caminhos e direções na vida, a partir do presente, nos limites dados pela estrutura social.

Todas essas informações também interferem na forma como ele vai se constituindo não só seu universo subjetivo, mas também sua identidade social. Aos poucos este jovem vai criando uma imagem de si próprio, através de um imaginário que podemos chamar de juvenil.

Este processo de subjetivação possui um aspecto dinâmico de construção, que não se encerra com o suposto ingresso na vida adulta: o cotidiano de todos nós é atravessado por diferentes imagens, representações e valores morais, cada um deles ligados a correntes de opiniões particulares, a grupo de interesse, a diferentes instituições. Desse modo, não só mudamos nosso modo de ser ao longo do tempo, uma vez que estamos em permanente processo de aprendizagem, mas também somos incoerentes, ambíguos, muitos, vários e diversos ao mesmo tempo.

Imaginário juvenil é compreendido aqui como o conjunto das representações e adoção de comportamentos pelos jovens. Tal como Markmann (1999) descreve para a música, podemos interpretar para o esporte, que ele seria uma espécie de veículo que traduz suas aspirações e inquietudes, "(...) pois é através do discurso musical que os significados fluem e compõem a visão de mundo juvenil e a percepção de seu papel na realidade".

As expectativas geradas em torno da prática esportiva levam a determinados padrões de comportamento que irão, de certa forma, influenciar, e por vezes determinar, a conduta daqueles que escolheram o esporte como profissão e opção de vida. Afirmaríamos que essa é a razão porque em torno de uma modalidade específica e, do esporte como um todo, desenvolve-se um conjunto de práticas coletivas e comportamentos individuais chamados pelo senso comum de cultura esportiva (RUBIO, 2002)

Seriam esses comportamentos e procedimentos, segundo a autora, que levariam à criação e multiplicação de um imaginário esportivo, que acabam interferindo diretamente na construção do conceito de vencedor e na constituição do imaginário e do repertório esportivo, onde o derrotado é premiado com o consolo.

Ficção Televisiva

Pallottini (1998) define ficção televisiva como sendo uma história com um certo período de duração, escrita por um autor e que é transmitida através de um certo meio de comunicação.

Apesar de *Malhação* se encaixar na descrição de telenovela, ela possui uma característica básica que a diferencia, a duração da obra. Enquanto uma telenovela costuma ter 160 capítulos, *Malhação* possui mais de 2.500 capítulos. Iniciada em 1995, passou por várias reformulações de elenco, enredos e até cenários. Mas a temática continua a mesma: o jovem. Portanto aqui entra em cena um outro formato de teleficção, a *soap opera*.

O formato *soap opera* tem origem nos anos 30, através do rádioteatro, e a televisão a partir dos anos 50 nos EUA, onde foram popularizados os enredos melodramáticos retratando situações domésticas cotidianas. Aqueles programas da televisão americana eram (como o são ainda hoje) predominantemente no horário após o almoço, e eram dirigidos principalmente ao público feminino.

Carmo (1999) afirma que uma grande porcentagem da população feminina na época não possuía carreira profissional, e encontrava-se normalmente em casa neste horário após o almoço. Se aceitarmos o fato de que grande parte do público feminino é atraído por melodramas, e de que este mesmo público tem preocupação com a beleza estética e é facilmente influenciado pela idéia de adquiri-la, facilmente entenderemos porque os programas eram freqüentemente patrocinados por marcas de sabonete, dando origem ao termo *soap opera*.

Neste sentido, a mulher era percebida tanto como a consumidora em potencial, quanto sujeito de um universo tido como feminino, povoado por supostas expectativas que passam a ser exploradas ficcionalmente.

Malhação como objeto de estudo

Na tentativa de aliar juventude, esporte e televisão, optei por trabalhar com *Malhação* que vai ao ar no período vespertino pela Rede Globo de Televisão, de segunda à sexta-feira, das 17:30 às 18:05 horas. O programa, teve como primeiro cenário uma academia de ginástica. Depois disso, passou a ser ambientado em temporada de férias na praia, no campo, passou por uma fase interativa e, desde 1999 transcorre no Colégio Múltipla Escolha.

Em estudo comparativo entre três programas televisivos que 'marcaram época', Paiva (2001) afirma que um enfoque da ficção seriada *Malhação* mostra-se relevante num estudo sobre comunicação, identidade e sociabilidade por vários motivos. Entre eles a ritualização da beleza plástica e a ênfase na fabricação de físicos perfeitos como meio de conquista da felicidade.

O interesse sobre como se forma o imaginário juvenil em ambientes virtuais me motivou a trabalhar com as chamadas *tribos urbanas* que se agrupam na Internet. São os fãs-clubes, os grupos de discussão, onde se troca desde mensagens, até fotos ou informações sobre atores e atrizes, tramas e temas diversos.

Para Magnani (1992) é preciso deixar claro que se está utilizando uma metáfora, não uma categoria quando falamos em tribos urbanas. Enquanto a categoria é construída para descrever, recortar e explicar algum fenômeno a partir de um esquema conceitual previamente escolhido, a metáfora traz a denotação e todas as conotações distintivas de seu uso inicial. Um primeiro significado, mais geral, de tribo urbana, tem como referente determinada escala que serve para designar uma tendência oposta ao gigantismo das instituições e do Estado nas sociedades modernas: diante da impessoalidade e anonimato destas últimas, tribo permitiria agrupar os iguais, possibilitando-lhes intensas vivências comuns, o estabelecimento de laços pessoais e lealdades, a criação de códigos de comunicação e comportamento particulares.

Conforme estas afirmações podemos encontrar os grupos que praticam determinados esportes, que ouvem determinados tipos de música, programa de rádio, de televisão. Conforme já dito anteriormente, os jovens se agrupam em função de seus interesses.

Metodologia

Pretendi fazer uma pesquisa de recepção através da utilização do método etnográfico em ambientes virtuais, ou seja, realizar uma etnografia virtual. A fim de discutir a etnografia, buscarei amparo em autores como Lévy-Strauss, Malinowski e Magnani. Esta aproximação entre Antropologia e Comunicação vem ocorrendo, segundo Silveira (2000), cada vez mais, impulsionada tanto pelos trabalhos de Jesús Martín-Barbero e dos demais teóricos latino-

americanos da recepção, quanto pelos Estudos Culturais Ingleses, sendo um dos traços compartilhados, o método etnográfico.

O termo etnografia virtual está sendo introduzido para designar os estudos etnográficos feitos a partir da assim chamada Comunicação Mediada por Computador ou CMC (Computer Mediated Communication), em ambientes virtuais. De acordo com Hamann (1996), os primeiros estudos que utilizaram uma abordagem etnográfica no Ciberespaço são da década de 90 (REID, 1991, 1994; TURKLE, 1995; BAYM, 1996).

O Portal *Malhação* (www.portalmalhacao.kit.net) foi criado por uma adolescente de 16 anos do interior do Estado de São Paulo. O site está hospedado em um provedor de acesso gratuito o Kit.Net, onde qualquer pessoa pode montar sua página na Internet. No Portal é possível acessar o Clique *Malhação*, o Blog coletivo, Clube *Malhação* e ainda o site Malhação ME.

A pesquisa consistiu por observação e acompanhamento do site Portal Malhação durante 6 meses, assim como o Malhação ME e grupos de discussão do Yahoo!Groups; entrevistas com a produção do programa e entrevistas com os criadores dos dois maiores sites sobre Malhação.

Após o contato inicial com os organizadores dos sites Portal Malhação e Malhação ME via e-mail, foi possível incluir um formulário para preenchimento online. Este formulário foi preenchido pelos visitantes, desta forma fornecendo um panorama de quem frequenta estes espaços de sociabilidade.

Resultados

Em relação ao programa, a maioria dos temas gira em torno do universo juvenil, mas nesta fase atual o esporte tem sido pouco trabalhado. Sexo na adolescência, drogas, desempenho escolar, problemas familiares, gravidez precoce, doenças sexualmente transmissíveis (DSTs), amores proibidos têm sido os temas mais frequentes.

Não é possível determinar com certeza a faixa etária e sexo dos participantes, mas segundo informações fornecidas por eles mesmos via ICQ, Messenger ou pela lista de discussão, estes grupos são constituídos por jovens na faixa dos 12 a 19 anos, com predominância feminina. Mais não é raro encontrar pessoas de 25, 30 anos que afirmam assistir o programa desde o início.

As plataformas são atualizadas constantemente e seus mantenedores, muitas vezes, tornaram-se amigos dos próprios atores, como no caso dos mantenedores do site Malhação ME. Atualmente, este é o site não-oficial mais visitado (contabilizando até a data do encerramento deste artigo 205.965 acessos).

O *Malhação ME* também é um site tecnicamente bem-elaborado, pois é atualizado semanalmente e é mantido por três jovens que se revezam nas funções de pesquisa, atualização e contatos com produção e elenco. As atualizações do site são feitas a partir de material da mídia impressa e digital, além de informações fornecidas pelos participantes, pelos artistas ou pelos sites oficiais do programa ou dos artistas.

Neste espaço virtual existem inúmeros ambientes de sociabilidade, onde, por sua vez, se estabelecem as mais diversas e variadas formas de interação, tanto entre homens, quanto entre homens e máquinas e, inclusive, entre máquinas.

De acordo com a teoria de Goffman (*apud* GUIMARÃES, 1999), em cada contexto da vida social os atores assumem papéis diferentes, e vivem esses papéis de forma consistente. As Ciências Sociais não estão necessariamente preocupadas com as pessoas enquanto indivíduos, mas sim enquanto sujeitos de relações sociais no contexto sob estudo. Desta forma, os informantes de uma Ciberantropologia tendem a ser mais as personas que os sujeitos por trás dos teclados, e não é possível afirmar a existência de uma relação unívoca entre um e outro, na medida em que o mesmo sujeito pode viver, em diferentes contextos, várias personas distintas.

Considerações Finais

Mesmo em um programa que não tem mais o esporte como tema central, mas que aborda questões como a estética, o corpo e a imagem principalmente do jovem, mostra-se um promissor objeto de estudo, pois existe intencionalidade quando um jovem se apropria de formas de agir, vestir ou sentir baseadas na ficção televisiva e esta apropriação visa produzir significações e sentidos para suas ações.

Desta forma, os processos de recepção passam a ser vistos como parte integrantes das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto micros (ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macros (estrutura social que escapa a esse controle) (LOPES, 1993).

Com o espaço cibernético temos uma ferramenta de comunicação muito diferente da mídia clássica, porque é nesse espaço que todas as mensagens se tornam interativas, ganham uma plasticidade e têm uma possibilidade de metamorfose imediata.

Referências

CARMO, C. R. Testar a teoria: a telenovela e o conhecimento praxiológico. Trabalho apresentado no GT 21. **Núcleo Ficção Televisiva Seriada**, XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro, 1999.

FERRANDO, M. G., OTERO, F. L., BARATA, N. P. Cultura deportiva y socialización. *In*: FERRANDO, M. G. et al. (orgs) **Sociologia del deporte**. Madrid: Alinaza, 1998.

GUIMARÃES Jr, M. J. L. **Etnografia em ambientes de sociabilidade virtual multimídia**. Trabalho apresentado na mesa redonda “Novos paradigmas: Etnografia e Ciberespaço” do X Ciclo de Estudos sobre o Imaginário – Imaginário e Cibercultura, Recife, novembro, 1998.

_____. **O Ciberespaço como cenário para as Ciências Sociais**. Trabalho apresentado no GT “A sociedade da informação e a transformação da sociologia” do IX Congresso Brasileiro de Sociologia, Porto Alegre, Setembro, 1999.

HAMMAN, R. The Application of Ethnographic Methodology in the Study of Cybersex. **Cybersociology. Magazine for social-scientific researchers of Cyberspace**. Issue One: Cybersex and Cyber-Romance. Outubro, 1997. Disponível em: <http://www.cybersociology.com/>.

HINE, C. **Virtual Ethnography**. SAGE: London, 2000.

LÉVY, P. A nova relação com o saber. **Cybercultura**. Instituto Piaget, 2000.

LOPES, M. I. V. Estratégias metodológicas da pesquisa de recepção. *In*: INTERCOM. Revista Brasileira de Comunicação. **Comunicação na década de 90. Impasses teóricos e metodológicos**. São Paulo, Vol. XVI, nº 2, Jul/Dez, 1993.

MAGNANI, J. G. C. Tribos Urbanas: Metáfora ou categoria? Artigo originalmente publicado em **Cadernos de Campo - Revista dos alunos de pós-graduação em Antropologia**. Departamento de Antropologia, FFLCH/USP, São Paulo, ano 2, nº 2. 1992 Disponível em: <http://www.aguaforte.com/antropologia/magnani1.html>

MARKMAN, R. Identidade Juvenil e Simbolismo Cultural do “Movimento Manguê Beat”: Considerações Preliminares. Trabalho apresentado no **XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom. Rio de Janeiro, 1999.

MARTÍN-BARBERO, J. Os Métodos: dos Meios às Mediações. *In: Dos Meios às Mediações*. Ed. UFRJ. Rio de Janeiro, 1997.

PALLOTTINI, R. **Dramaturgia de Televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

RUBIO, K. O imaginário esportivo ou seriam heróis os atletas modernos? **Motus Corporis**. Vol. 7. n° 2,. 2000.

SILVEIRA, F. L. Prática Etnográfica no Campo da Comunicação. Uma formulação teórico-metodológica. Trabalho apresentado no **XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. INTERCOM. Manaus, 2000.