

A gente se vê por aqui?

Uma proposta de ruptura com a criação dos estereótipos regionais da TV aberta

Mariela Brandão Góis¹

Orientador(a): Prof Clarissa Bittencourt de Pinho e Braga²

Resumo:

Este artigo analisa a questão da imposição cultural ditada pelos meios de comunicação de massa e como isso interfere no imaginário coletivo, de forma a criar imagens que passam a compor o senso comum: beleza, comportamento, estereótipos regionais. Neste contexto, o programa A Postos - criado pelo NAVE (Núcleo de Audiovisuais Educativos) em parceria com a TV UNIFACS - apresenta uma alternativa através da construção de personagens referenciados por uma pesquisa, que busca nas histórias de mulheres frentistas dos postos de gasolina de Salvador, a inspiração para a obra.

1 Graduanda em Relações Públicas; bolsista PIBIC/FAPESB

2 Doutoranda em Educação (FACED/UFBA); Mestre em Comunicação e Culturas Contemporâneas (FACOM/UFBA); vice coordenadora do NAVE e coordenadora geral da TV UNIFACS.

1. Introdução.

A oferta desmedida de produtos e estereótipos criados e oferecidos pela indústria cultural tem influenciado as pessoas a uma incessante busca pelo reconhecimento perante a sociedade. Observa-se que os valores estéticos difundidos pela mídia, principalmente pela TV aberta, tornam-se verdadeiras camisas de força para a maioria dos brasileiros, que adotam o padrão como forma de reconhecimento social.

Sob a perspectiva da televisão aberta, observa-se que representações sociais tendem a ser produzidas nos eixos comerciais, sobretudo Rio de Janeiro e São Paulo, refletindo estereótipos regionais nas grades de programação. Este modo de produção elege padrões de beleza, fórmulas de sucesso profissional, modelos de competência que podem se distanciar das necessidades cotidianas, a depender do local em que o programa esteja sendo veiculado, dado a diversidade territorial brasileira.

Com o intuito de romper com os estereótipos regionais ditados pela TV aberta, está sendo realizada uma pesquisa que oferece subsídios para construção dos personagens do programa de ficção *A Postos* – criado pelo Núcleo de Audiovisuais Educativos em parceria com a TV UNIFACS. Para composição das personagens, já foram realizadas 10 entrevistas com frentistas mulheres dos postos de gasolina de Salvador. O programa trata de temas relacionados à educação para o trânsito e controle de combustível, alertando o telespectador para os seus direitos e deveres como cidadão. A trama se passa em um posto onde somente mulheres trabalham.

2. A padronização da cultura.

Os programas produzidos no eixo Rio–São Paulo criam padrões de comportamento, tendências, que são difundidas para todo o povo brasileiro, sem levar em conta os seus aspectos regionais que são fundamentais para a formação da identidade dos indivíduos e grupos. Não há uma preocupação, no meio televisivo em geral, sobre o local onde o telespectador está inserido. Ele acompanha o que a emissora dita, sem direito a muitos questionamentos. Nesse processo, tende a ocorrer uma identificação das pessoas com os personagens descoladas de uma representação do cotidiano do espectador. Por isso, parece oportuna a definição de Maria da Glória Gohn (2001) sobre o conceito de cultura: “*A cultura é também uma força, enquanto uma prática plena de significados. Ela demarca diferenças porque estas são produzidas no interior destas práticas de significações*”.(GOHN; 2001,35).

A padronização traz graves conseqüências à sociedade, pois o meio exerce uma grande influência sobre as pessoas e pode passar a existir uma homogeneização cultural, desfavorecendo, desta forma, a manifestação da diversidade do povo brasileiro, onde as diferentes culturas se complementam, mas não se confundem.

Para CZERMAK & SILVA, “*Temos assim a concepção de uma subjetividade produzida socialmente, e, portanto, passível de modelização, passível de ser ‘criada’ a partir deste processo de homogeneização*”.(CZERMAK & SILVA ,2000, 44). De acordo com os autores, onde “a massa” não se comunica, os meios de comunicação de massa exercem papel bastante eficiente na criação de códigos totalizantes e de dominação.(CZERMAK & SILVA, 2000,50)

Neste contexto, as televisões universitárias se apresentam como um espaço privilegiado de produção de programas regionais, uma vez que estariam sendo desenvolvidos em um ambiente que possui a preocupação prioritária com o campo da Educação e com a área da pesquisa: a universidade. Assim, os programas tenderiam a apresentar um formato educativo e ainda estariam subsidiados pelas pesquisas desenvolvidas.

Tendo como base estas premissas, o programa *A Postos* apresenta personagens construídos a partir de um perfil regional, através de histórias de mulheres reais que retratam o cotidiano do povo baiano. Desta forma, fica evidenciado a preocupação com a valorização do conteúdo educativo, a disseminação da cultura local e a produção de um programa diferenciado.

3. A postos.

Tendo como alicerce a perspectiva freireana para a Educação, onde “*não posso conhecer a realidade de que participam a não ser com eles como sujeitos também deste conhecimento*” (FREIRE,1999), o NAVE, em parceria com a TV UNIFACS começaram a produzir em 2006 o programa *A Postos*. O programa trata de temas relacionados à educação no trânsito e ao controle de combustível. A história se passa em um posto de gasolina onde somente mulheres trabalham: frentistas, mecânicas, gerente da loja de conveniência.

Para efetivar a pesquisa que ajudou na composição dos personagens, foram feitas entrevistas com mulheres que trabalham em postos de gasolina com enfoque: em seus principais problemas cotidianos, seus sonhos, os desafios, a vida em família, os preconceitos, as vantagens e desvantagens de ser mulher em um ambiente visto como

privilegiadamente masculino. Algumas entrevistas – dez ao todo – já foram documentadas e analisadas.

As análises parciais já apontam para comportamentos comuns, como por exemplo o preconceito infringido pelos clientes - normalmente vindo principalmente de mulheres condutoras que se recusam a serem atendidas pelas frentistas; em contrapartida, os homens costumam a acreditar mais no trabalho delas. A grande maioria gosta do que faz, mas quer melhorar de vida; ainda estudam ou pretendem voltar a estudar, prestar um vestibular e crescer profissionalmente.

Apesar de acharem que este é um emprego também para mulheres, elas se submetem a uma exposição excessiva, pois trabalham direto com o cliente. Por causa dessa exposição todas recebem “cantadas”, muitas vezes grosseiras e passam por situações delicadas que, com o tempo, vão aprendendo a driblar. Elas sofrem tanto com o assédio masculino quanto com as indelicadezas dos clientes de ambos os sexos.

Apesar de ser um trabalho predominantemente masculino na Bahia, as mulheres frentistas não deixam sua feminilidade de lado. A maioria delas está sempre maquiada, de cabelos bem penteados, com adereços como pulseiras e brincos, mas tomando sempre o cuidado para não parecer vulgar, o que poderia comprometer a expectativa em relação à sua competência no trabalho.

Além do trabalho no posto - que é de oito horas diárias com uma folga semanal – muitas ainda têm que ter tempo pra cuidar do marido, dos filhos e da casa. O salário é um pouco maior do que um salário, mas contam também com a renda familiar - já que dividem despesas - e com as gorjetas que muitas vezes recebem. Sendo assim, todas as

entrevistadas, até o atual momento, não se queixam do retorno financeiro e acham que dá pra sustentar e manter alguns caprichos delas.

4. A construção das personagens:

A partir das características levantadas foram construídas cinco personagens para o programa A Postos: Dona Clotilde, dona Zezé, Gláucia, Katiana e Viviane. Estas personagens representam a fragmentação das características observadas nas mulheres frentistas: cada uma possui um dos traços descritos de forma marcante para que, através da exacerbação cômica, fique evidenciado o cotidiano dessas mulheres.

Gláucia é a mecânica que entende tudo sobre carros, mas sofre discriminação por parte dos clientes que, em princípio, não acreditam nas suas habilidades. Gordinha, negra, baixinha, bem humorada e desafortada, ela anda sempre com ferramentas na mão, macacão sujo e sorriso estampado no rosto. A personagem Gláucia foi criada para abordar o preconceito sobre a competência das mulheres para exercer trabalhos em postos de gasolina.

Viviane (ou Vivi) é a frentista bonitona, que tem uma vida difícil e sonha em crescer profissionalmente, fazer faculdade e ajudar a família. Ela recebe muitas “cantadas” dos clientes e colegas, o que a deixa irritada, porque busca reconhecimento profissional e vive cansada da dupla jornada de trabalho. Negra, jovem, cabelos trançados, a personagem Vivi foi construída com a finalidade de se abordar o respeito ao profissional e ao seu trabalho.

Katiane (ou Kate) anda de cabelos escovados, pintados de louro, unhas feitas e muita bijuteria. Ao contrário de Viviane, Kate é bem mais expansiva e disposta a encontrar o seu príncipe encantado na sua jornada diária. A personagem Katiane introduz a abordagem sobre a vaidade feminina – mantida mesmo em trabalhos considerados masculinos. Sua relação com Viviane – as conversas, discussões – ajudam a estabelecer os limites entre vaidade e postura profissional.

Dona Clotilde e Dona Zezé representam a superação de problemas familiares no cotidiano do trabalho. Dona Clotilde é a gerente da loja de Conveniência do posto. Classe média, separada, tem um filho que mantém com muito custo em uma universidade particular, mas que vive trazendo problemas para a mãe. D. Zezé vende mingau próxima à loja, também tem um filho que entrou na faculdade através de bolsa, mas leva os estudos a sério. O problema de D. Zezé é com o marido alcoólatra. No início, as duas se tornam concorrentes, pois o tabuleiro de D. Zezé vende muito mais do que a loja de D. Clô. Aos poucos, percebem as semelhanças entre os seus problemas familiares, o que as torna grandes amigas.

5. Considerações finais.

A realidade das pessoas que vivem em Salvador possui semelhanças e diferenças com as suas representações criadas pela televisão aberta e isso só pode ser identificado quando são feitas pesquisas sobre o modo de vida destas. Na pesquisa realizada para composição das personagens do programa *A postos*, por exemplo, percebe-se que há problemas comuns ao gênero feminino (preconceito, desrespeito, dificuldades em lidar com trabalho e família), mas existem peculiaridades locais que devem ser consideradas: receber dois salários mínimos é considerado um bom salário e, na opinião das entrevistadas, dá para manter a família.

Outras considerações são importantes: uma produção regional faz com que os baianos lancem um olhar sobre si mesmo e evidenciem a forma como eles se vêem. A escolha de uma atriz negra para representar a personagem Vivi, por exemplo, reafirma o desejo de se propagar a Bahia como um estado negro e propagar os seus padrões estéticos. A informalidade das relações estabelecidas no posto – onde não se obedece a hierarquias impostas pelos cargos – também revelam um jeito de ser baiano – com suas vantagens e dissabores.

No entanto, o fato mais importante desta experiência é que é uma Bahia vivida, falada e descrita pelos baianos, ao invés de interpretada por olhares de outras regiões, interpretada de forma caricata e inverossímil, que faça com que “a gente não se veja” na tv.

REFERÊNCIAS

1. FREIRE, Paulo. Criando Métodos de Pesquisa Alternativa: aprendendo a fazê-la melhor através da ação In BRANDÃO, C.R. (org.) *Pesquisa Participante*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1999.
2. GOHN, Maria a Glória. *Educação não-formal e cultura política*. 2a Ed. São Paulo, Cortez, 2001
3. CZERMAK, R. & SILVA, R.N. Comunicação e produção da subjetividade In GUARESCHI, P.A. *Comunicação e Controle Social*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000.