



revista
communicare



Volume 12 – Edição 2
2º Semestre de 2012
ISSN 1676-3475
www.facasper.com.br/cip





Corpo, consumo e espetáculo: mídia e comportamento de crianças e adolescentes nos textos de Rosely Sayão¹

Tatiana de Bruyn Ferraz Teixeira

O presente artigo tem por objeto a coluna semanal da psicoterapeuta Rosely Sayão para o caderno Equilíbrio, da Folha de S.Paulo. Em um conjunto de 34 textos, foram destacados conceitos e problemas relacionados a questões educacionais que têm a ver direta ou indiretamente com o campo de estudo da comunicação. Tais questões, por sua vez, são associadas a temas recorrentes nos textos: o corpo, o consumo, o espetáculo. Os conteúdos contidos na coluna semanal são analisados à luz de referenciais teóricos que incluem nomes de autores como Guy Debord, Christopher Lash, Naomi Klein, Vilém Flusser, Edgar Morin, Norval Baitello Jr., entre outros.

Palavras-chave: Comunicação, escola, consumo, espetáculo, Folha de S. Paulo, Rosely Sayão.

Body, consumption and spectacle:
media and behavior of children and
adolescents in Rosely Sayão texts This paper

has as object the weekly articles written by the psychotherapist Rosely Sayão to the Equilíbrio supplement, part of Folha de S. Paulo. In an amount of 34 texts, were accentuated concepts and problems linked to educational issues related directly or indirectly to communication study's field. This issues, in its turn, are related to frequent subjects in the texts: the body, consumption, the spectacle. The contents of the weekly articles are analysed under theoretical references that include names of authors as Guy Débord, Christopher Lash, Naomi Klein, Vilém Flusser, Edgar Morin, Norval Baitello Jr. and others.

Keywords: Communication, School, Consumption, spectacle, Folha de S. Paulo, Rosely Sayão.

Cuerpo, consumo y espectáculo: medios
de comunicación y comportamiento de
los niños y adolescentes en el textos de
Rosely Sayão Tiene por objeto la columna semanal de

la psicoterapeuta Rosely Sayão, parte del caderno Equilíbrio, de la Folha de São Paulo. En una conjunción de 34 textos, fueron destacados conceptos y problemas relacionados con cuestiones educacionales que tienen a ver directa o indirectamente con el campo de estudio de la comunicación. Las cuestiones, por otro lado, son relacionadas a temas recorrentes en los textos: el cuerpo, el consumo, el espectáculo. Los contenidos de la columna semanal son analizados con base en marcos teóricos que incluyen nombres como Guy Débord, Christopher Lash, Naomi Klein, Vilém Flusser, Edgar Morin, Norval Baitello Jr., entre otros.

Palabras-clave: Comunicación, escuela, consumo, espectáculo, Folha de S. Paulo, Rosely Sayão.

1. Este texto resume os principais conteúdos da dissertação defendida pela autora no Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, em dezembro de 2012, na linha de pesquisa "Produtos Midiáticos: Jornalismo e Entretenimento". O texto completo da dissertação está disponível em <http://www.casperlibero.edu.br/pesquisa>.

8 de setembro de 2012. Em pleno feriado da independência, aproveitando os raros dias de folga em família em um hotel fazenda de Serra Negra, interior de São Paulo. Reparando nas raras figuras humanas que povoavam o local, eis que notamos um rapaz: novo, cabeludo, com algumas tatuagens pelo corpo. A maioria das figuras desenhadas na pele dele mal se distinguia, mas uma chamou atenção: uma logomarca da Ferrari, com cavallino e tudo, em amarelo e vermelho, tal como vem estampada nos automóveis.

No dia seguinte, passa pelas ruelas do hotel uma caranga velha, um modelito anos 80, barulhento e chamando muita atenção. E estaciona bem à nossa frente. E quem é o motorista que abre a porta e sai andando? O cabeludo da tatuagem da Ferrari. Inevitável a pergunta da minha filha mais velha, de 12 anos, por pura curiosidade e quase nenhuma maldade:

- Mãe, ele tem aquela tatuagem porque ele queria ter uma Ferrari?

E a minha resposta:

- Filha, responder a sua pergunta renderia uma dissertação de mestrado...

É claro que o assunto morreu ali. Discutir o que faríamos depois do café da manhã naquele lindo sábado ensolarado parecia muito mais interessante.

Os aborígenes da Polinésia, onde o navegador James Koch encontrou as primeiras peles tatuadas, costumavam dizer que os adornos cravavam na pele aquilo que os homens tinham na alma. Será exagero imaginar que o tal cabeludo de Serra Negra confirmaria esta tese?

Talvez para Naomi Klein, Todd Giltlin, Guy Debord e outros autores escolhidos para este estudo não seja exagero.

Os artigos de Rosely Sayão publicados no Jornal Folha de S. Paulo falam basicamente de educação e comportamento. Não à toa, estão publicados no caderno "Equilíbrio" que contém reportagens com conteúdos relacionados a saúde, bem-estar, colunas, que falam de comportamento sexual e novas descobertas da medicina. Na coluna semanal, que ocupa sempre uma página inteira em formato tabloide, Rosely Sayão sempre abusa de títulos que exaltam problemas enfrentados pelos jovens e, conseqüentemente, pelos seus pais. Ela quase sempre começa o texto com uma história real, com personagens anônimos, depois discorre sobre o tema. E, no caso dos textos estudados, percebe-se a recorrência de temas ligados à comunicação: como se o ato de educar um filho ou aluno fosse também o ato de conseguir dialogar com ele e com os diversos meios de comunicação que estão o tempo todo disseminando mensagens nem sempre condizentes com o que os pais ou a escola tentam compartilhar.

Dos 34 textos pesquisados, publicados entre agosto de 2011 e maio de 2012, 28 fazem referência ao tema corpo, tanto físico quanto parte de cada um de nós que concentra descobertas e emancipações (Canclini, 2008). O tema do consumo está presente em 18 textos. O espetáculo aparece em 15 artigos. Dois dos três temas (corpo, consumo e es-



petáculo) aparecem simultaneamente em 22 textos. Os três temas, simultaneamente, estão presentes em 5 dos 34 textos.

O corpo gera, mas não educa. Comunica

O processo de educar um filho é praticamente um ato constante de administração da comunicação familiar. Um emaranhado de perguntas, respostas, tons de voz, gestos e atitudes que constroem uma relação, um ser humano, uma história: educar é essencialmente comunicar. E como afirma Harry Pross (apud Baitello, 2008), toda comunicação – e, portanto, algum tipo de educação – começa e termina no corpo.

Para Harry Pross, ainda segundo Baitello, o corpo é quem detém os primordiais meios de comunicação, os inarticulados e articulados: a voz, os gestos, os odores, as fisionomias, os movimentos. Estalar os dedos, mover os ombros, balançar a cabeça. Quantos destes gestos não são utilizados na educação e comunicação entre pais e filhos? E mais: é ainda na gestação que a comunicação entre dois corpos – ainda fazendo parte de um só – inicia seu maior grau de comunicação. A educação começa na gestação. O desenvolvimento intelectual das crianças ocorre em função das interações sociais e condições de vida; o corpo e as mensagens da mãe são as primeiras noções desse ambiente e dessa vida que está começando.

Definindo de maneira simples o conceito de educação como o ato de ensinar e aprender (englobando também a ideia de socialização e endoculturação), podemos entender a educação como o ato de comunicar algo no sentido de concretizar a decodificação das mensagens. No caso da mãe para o filho, mensagens que têm sempre o mesmo objetivo: o de socializar o filho, fazendo com que ele compreenda, assimile e consiga conviver tranquilamente com o mundo no qual foi gerado. Entenda-se aqui como corpo a parte de cada um de nós que concentra descobertas e emancipações (Canclini, 2008:42).

Dentro do ambiente familiar, restrito ao espaço geométrico da “casa” filhos e pais, estão sob as mesmas regras, sob os mesmos códigos. Mas e quando a criança se desenvolve e adquire outros canais de comunicação e compreensão?

Será mesmo possível imaginar uma “autoridade midiática” maior do que o exemplo materno na hora de tomar decisões? Seria esse sujeito hipnógeno sugerido por Baitello um problema a ser explorado em forma de alerta para pais e educadores que se preocupam em formar cidadãos cientes de suas capacidades de agir, pensar e reagir?

Talvez esteja aí um dos principais dilemas da educação entre pais e filhos: a miscelânea do corpo que gera e convive com os outros “corpos” gerados por pessoas, imagens e efeitos que não refletem necessariamente os mesmos pensamentos. Como

administrar tal conflito tem sido tema de diversos estudos e artigos sobre educação, em especial nos textos jornalísticos da psicopedagoga Rosely Sayão, publicados na Folha de S.Paulo. Neles, Sayão discorre sobre vários temas ligados ao conflito existente entre o que “prega” de um lado a sociedade midiática, os valores de consumo e o espetáculo da vida e, de outro, o que cada pai e mãe tentam refletir dentro de casa. A comunicação corporal materna requer paciência, persistência e muita capacidade de argumentação.

A mídia como corpo

A intenção (ou mesmo intuição e instinto) dos pais é criar vínculos com os filhos desde o momento do nascimento. Mas quando outros ambientes, principalmente os virtuais, proporcionam outras maneiras de afeto e ligações com o mundo, o diálogo entre pais e filhos fica ameaçado e embaralhado entre ideias muito distintas. Cria-se assim uma operação complexa definida por Norval Baitello Júnior (2008) como “iconofagia”: corpos que se alimentam de imagens e imagens que se alimentam de corpos. O tocar, saborear e cheirar (por que não?, já que estamos falando de pais e filhos, o abraçar, beijar, demonstrar afeto) acabam sendo banidos da comunicação dos filhos, que passam a usar apenas o olhar como sentido de alerta por excelência e da comunicação a distância. O “corpo máquina” ou “corpo suporte” pode ser um potencial sugador de mensagens que competem com aquelas passadas olho a olho, por corpos reais, afetos concretos fisicamente. A educação passa a ser uma guerra entre o corpo dos pais e os corpos midiáticos portadores de mundos distintos, muito diferentes daqueles gerados desde o momento da concepção.

Aliás, pensando em homens e máquinas, Vilém Flusser (2007) nos faz refletir também sobre a educação. Entre a geração de um corpo por outro corpo, o início da comunicação entre corpos e a intenção de gerenciar ao longo de toda uma vida a comunicação que visa criar vínculos, estabelecer valores e decodificar o mundo existe uma dificuldade: a de desmontar o conceito de que as máquinas possam substituir o corpo humano. Na educação que aprende/ensina, socializa e insere o corpo na cultura local, o homem comunica, fala, ama, descreve, atua. Mas segundo Flusser, o homem está cada vez mais imitando a máquina e dependendo exclusivamente dela para sobreviver. Computadores e aparelhos de televisão são hoje a maior barreira entre a comunicação de pais e filhos.

E na educação? Como pais, escolas e educadores têm lidado com a proliferação das máquinas e a dependência dessas máquinas por parte dos corpos? Não estariam todos eles delegando à máquina trabalhos educacionais que deveriam ser exclusivos dos corpos? Como falar em educação/comunicação e criação de vínculos, se estamos lidando cada vez mais com máquinas e menos com “coisas”?

A educação, antes formada por gestos e interpretação de gestos humanos, passa

a ser ditada por imagens e regras que vão além daquilo que os pais pensam dominar.

O corpo está em evidência. Em casa, na mídia, e – como não poderia ser diferente – na escola. Ele é importante, mas não pode sobrepor-se às necessidades “reais” (Gitlin, 2003:30)

O corpo nos textos de Rosely Sayão

Em vários momentos Rosely Sayão utiliza o corpo – real ou metafórico – como questão ligada a comportamento e educação. É o caso dos textos “Meninas que bebem”, “Os jovens e seus uniformes” “Maduros até a página dois” “Lancheiras amorosas, por favor” e “Questão de escolha”.

No texto “Os jovens e seus uniformes” (2012), a autora diz que o professor precisa de foco para não se perder na visão da aluna sentada com roupas íntimas: shorts muito curto, sandálias de salto alto e blusa tomara-que-caia em uma menina que tinha por volta de 14 anos.

Sayão ressalta que quase todos os rituais sociais foram extintos, as roupas não mais precisam “se adaptar ao cotidiano” E mais: segundo ela, o que manda nas situações. é o gosto da pessoa, os imperativos do mercado, a erotização infantilizada das relações sociais e do corpo e, finalmente, a busca de visibilidade. Ver e ser visto é o que importa.

No texto “Maduros até a página dois” (2012), a psicóloga ressalta que os jovens precisam de ajuda para enfrentar um mundo que começam a descobrir com o próprio olhar.

Os jovens parecem amadurecer bem cedo: falam como adultos, expõem ideias a respeito dos assuntos em pauta, argumentam como adultos para que seus pedidos sejam atendidos. Mas nas situações de conflito, principalmente as que envolvem aspectos pessoais das duas vidas – e portanto de seus corpos – perdem toda a segurança que tentam mostrar que têm.

Em “Lancheiras amorosas, por favor” (2012), Rosely Sayão aborda o tema da obesidade infantil, uma epidemia mundial. A psicóloga atribui um pouco de culpa aos pais pelo estilo de vida adotado, que não mais comporta a comida caseira, preparada em casa para os filhos. E o resultado disso, segundo ela, é a geração do fast food: quem responde pela tal educação alimentar dos mais novos é o mercado do consumo. E o excesso de peso das crianças, segundo Rosely Sayão, seria fruto desse fato.

Em “Questão de escolha” (2012), Rosely Sayão aborda um mundo no qual o que conta é aderir a comportamentos, concepções e estilos de diversão e lazer: aquilo que o grupo a que se quer pertencer valoriza. Escolher, aí, não é uma questão. Mas a psicóloga ressalta que a vida é sempre fruto das escolhas que fazemos, e viver é cada vez mais escolher. E onde os pais enxergam perigos ou problemas, os jovens enxergam desafios. Desafios excitantes e ameaçadores.



Corpo, consumo e espetáculo:
mídia e comportamento de crianças e adolescentes nos textos de Rosely Sayão

Mas é em “Meninas que bebem” que Rosely Sayão evidencia ainda mais a ideia do corpo que comunica, que cerca o comportamento, que mostra um amadurecimento que pode ser inexistente.



Figura 2. “Meninas que bebem”

Néstor Canclini (2008) define o corpo como um mundo de descobertas e emancipações. O que o texto de Rosely Sayão evidencia, principalmente no trecho

Olhe para nossas crianças menores de seis anos. Você percebe que há uma diferença enorme entre meninos e meninas? Meninos são moleques: se vestem e se comportam

como moleques, têm interesses de moleques e brincam como tal. Já as meninas... Ah...
Elas são pequenas mulheres. Vestem-se como mulheres, se interessam por assuntos de mulheres feitas e gostam de brincar de ser mulher. Sem uma intervenção firme dos adultos, as meninas pulam a fase da infância com a maior facilidade. E por falar em intervenção firme dos adultos, temos feito isso, sim, mas no sentido contrário ao que deveríamos fazer. Meninas de nove anos são levadas pelos pais -pelas mães em especial- a comemorar o aniversário em salões de beleza. Elas ganham roupas provocantes e sapatos de salto precocemente, têm seu próprio arsenal de maquiagem etc. (Sayão, 2012)

Queremos que as meninas sejam adultas logo. E por conta de um mundo de adultos, as descobertas podem ser adiadas por conta de uma pressão social. E Sayão chama a atenção para o fato de nós, pais, mesmo contando com a melhor das intenções, posamos estar comunicando às meninas a necessidade de crescer para o mundo. O corpo, segundo Canclini (2008), tem uma definição precisa quando se trata de exibir como concentramos nossa própria visão sobre o mundo. E como queremos que os outros nos enxerguem como corpo.

O corpo responde ao mundo aquilo que lhe é comunicado. E o jovem ou a criança podem relacionar-se com um mundo que ainda não conhecem. Ou os pais, criados em um mundo com menos meios de comunicação, não estejam “alfabetizados” para lidar com novas linguagens, que parecem ameaçadoras, mas ao mesmo tempo proporcionam, sem sombra de dúvidas, um mundo farto de novas possibilidades.

O consumismo, o individualismo e o ambiente escolar

A escola, em princípio, é um ambiente de aprendizado e convívio social. Em algumas ocasiões, porém, a escola – por ser cada vez mais um local que prolonga a permanência do aluno em suas dependências – acaba também lidando com outros conceitos: status, marca, estilo, consumo. Pais e filhos acabam transformando o ambiente escolar em um pequeno laboratório sobre o mundo competitivo e consumista que todos vão encontrar além dos muros e da portaria. Muitas vezes nem mesmo ela – a escola – escapa do estereótipo consolidado pela mídia e pela publicidade em geral: ela oferece “mais” do que educação: garante um futuro brilhante, uma carreira de sucesso e um “slogan” no currículo. Cabe a nós refletir sobre a origem do problema, que pode estar na própria escola, na sociedade ou até nos próprios pais.

A escola pode se tornar um prolongamento do ambiente social em que prevalecem os valores individuais. Como bem define Christopher Lasch (1986), a individualidade transforma-se numa espécie de bem de luxo, fora de lugar e em uma era de imi-



nente austeridade: "A preocupação com o indivíduo, aparentemente tão característica de nossa época, assume a forma de uma preocupação com a sobrevivência psíquica". (Lasch, 1986:57)

Não é difícil imaginar, portanto, que os grupos de jovens estudantes se definem não somente por características pessoais como o gosto por esportes coletivos, habilidades específicas com certas disciplinas, amor pelas pinturas e pelas artes, interesses musicais particulares, habilidade em contar piadas. Mas, às vezes, para ser aceita em certos grupos, a criança precisa ter uma certa marca de mochila, precisa ter ao menos duas peças de roupa de uma marca norte-americana popular e caríssima, uma página no facebook com mais de mil amigos e muita, muita popularidade. Um paradoxo: para ser popular e aceito em certo grupo, o jovem precisa elevar ao máximo seus valores individuais, seu apreço pelo próprio eu, sua habilidade em "fabricar" uma pessoa que esteja nas redes sociais demonstrando total poder e popularidade. Uma admiração por um mundo que é seu, mas que ao mesmo tempo quase não lhe pertence. Uma "resposta", segundo Lasch.

(...) a individualidade mínima não é só uma resposta defensiva ao perigo, mas se origina de uma transformação social mais profunda: a substituição de um mundo confiável de objetos duráveis por um mundo de imagens oscilantes que torna cada vez mais difícil a distinção entre a realidade e a fantasia. (Lasch, 1986:13)

O consumismo, o culto às marcas, a valorização demasiada do "eu" são atitudes existentes na sociedade pós moderna, turbinadas pelas redes sociais, a internet e o excesso de programas de reality shows, que transformam desconhecidos em celebridades ricas e dignas de inveja. Mas é no ambiente escolar que esse comportamento acaba se refletindo em maior grau, já que é o ambiente em que crianças e adolescentes passam a maior parte dos seus dias e onde concentram a maior parte de suas atividades.²

Guy Debord, na década de 60 (ainda sem a internet e a proliferação dos canais a cabo e TVs alternativas) já dizia que tudo gira em torno da produção e do consumo de mercadorias. Imaginar o ambiente escolar invadido por esses valores e estimulando as crianças a priorizarem o individual, a imagem virtual e a competição da imagem que

2. Junte-se a esta situação certa "ingenuidade" dos pais. Por exemplo, uma pesquisa feita entre fevereiro e março de 2011 por pesquisadores da Universidade de Brasília levantou que pais e mães acreditam que seus filhos são menos influenciados por publicidade infantil do que os filhos de amigos e conhecidos. Para o coordenador da pesquisa e professor do departamento de psicologia da UnB, Fábio Iglesias, o dado preocupa pois quanto mais um indivíduo se considera imune, mais riscos ele pode estar correndo. A pesquisa foi publicada no jornal Folha de S. Paulo, e está disponível no site <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/ff1110201123.htm>> Acesso em 10/11/2012.

elas e os seus pais fazem sobre elas mesmas deve servir de alerta para famílias e educadores. É possível, sim, – e inevitável – conviver com o consumo. Mas o consumismo exagerado de marcas do próprio “eu” transformado em produto midiático deve ser debatido por todos. A mídia, as redes sociais, a publicidade e os noticiários precisam ser absorvidos com bom senso por adultos e jovens.

Certa vez, em reunião com a diretora pedagógica da escola dos meus filhos, ouvi um relato impressionante: pais que estavam brigando com a escola para que esta facilitasse a vida de seus filhos que haviam perdido uma semana inteira de provas. O motivo? A família tinha optado por viajar à Disney na época em que os filhos deveriam estar concentrados, em casa, com seus deveres e obrigações. E a escola, segundo esses pais, tinha a obrigação de ser flexível e proporcionar novas datas para que as avaliações fossem feitas em dias diferentes daqueles em que foram aplicadas as avaliações aos demais estudantes do grupo. Mas por que ir à Disney é mais importante do que estudar? Guy Debord (1991) diria que é o reflexo do nosso tempo, em que preferimos a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser.

No espetáculo, uma parte do mundo representa-se perante o mundo, e é-lhe superior. O espetáculo não é mais do que a linguagem comum desta separação. O que um espectador não é mais do que uma relação irreversível no próprio centro que mantém o seu isolamento(...) A alienação do espectador em proveito do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e seu próprio desejo”.

(Debord, 1991: 98)

Nada contra uma divertida viagem à Disney com a família. Ela renderá momentos muito agradáveis e fotos e vídeos divertidíssimos a serem compartilhados com milhões de pessoas. Estranho é o fato de não se separar o que é educação do que é entretenimento. Importante dar exemplos a crianças e adolescentes sobre o que é obrigação e o que é diversão. Inverter estes valores seguindo o exemplo dos próprios pais parece ser um desafio perigoso.

A escola também é refém do consumismo: alguns pais, por pagarem as mensalidades e escolherem certos estabelecimentos para matricular os filhos em lugar de outros, classificam a escola como parte de seus prestadores de serviços. Se pagam a mensalidade, podem se dar ao luxo de conseguir violar as regras, ditar outras e intervir quando bem quiserem em algo que deveria estar a cargo exclusivo daqueles que administram um bem precioso: a educação dos filhos. É preciso pensar também que os filhos sempre imitam certos comportamentos dos pais.

O consumismo nos textos de Rosely Sayão

Em “Criança não sabe brincar” (2011), Rosely Sayão evidencia, entre crianças, a descartabilidade das coisas, sugerindo, por exemplo, que num mundo que privilegia o consumo, para brincar, as crianças dependem dos brinquedos. O intervalo de tempo entre ganhar o brinquedo e abandoná-lo para fazer outra coisa é pequeno e nada proporcional ao desejo de possuí-lo. Em “Brincando de terapeuta” a psicóloga alerta que os adultos projetam sobre as crianças que estão sob sua responsabilidade sua busca infantil de prazer imediato. E questiona o prazer dos pais ao comprarem objetos (brinquedos e outros mimos) para os filhos.

Segundo a autora, “quem sente mais prazer nessa hora? As crianças, que na sua imaturidade característica se submetem sem saber aos apelos do consumismo ou os pais, que dedicam uma parte de seus salários para essas aquisições?”

Há um texto, em especial, no qual Rosely Sayão evidencia de maneira mais crítica a abordagem do assunto, e com um tema que apavora e incomoda os pais: as drogas. Será que o consumo delas está relacionado ao consumismo? Segundo Rosely Sayão, a resposta é sim. Para ela, como vivemos em uma sociedade que valoriza o consumo – e não importa de que tipo –, consumir drogas está dentro dessa expectativa. Segundo Sayão, desde pequenas as crianças aprendem com os pais que, para fazer parte de um grupo, precisam consumir as mesmas coisas usadas por esse grupo. Com as drogas, não seria diferente. Mas é em “Creche de marmanjo” (2012) que o assunto consumo, consumismo e descartabilidade na escola é colocado em maior evidência.



Figura 4. “Creche de marmanjo”

Aqui, Rosely Sayão relaciona o descarte das coisas com o descarte de pessoas.

Descartamos o computador recente e em pleno funcionamento porque saiu um modelo menor e mais leve; descartamos o sofá da sala que já tem o nosso cheiro e se adaptou ao formato de nosso corpo porque a linha em uso agora é de outro estilo; e o aparelho de TV porque já está ultrapassado etc. Queremos descartar para poder consumir mais. E isso transformou-se em um problema, já que o que não usamos mais atrapalha nossa vida, dá uma aparência a ela que rejeitamos, recusamos. (Sayão, 2012)

Será que num mundo que privilegia o consumo acima de tudo estamos também consumindo a educação? Transformando tudo em “produtos e serviços”? Estaríamos deixando, como sugere Bauman (2011), o consumismo guiar nosso comportamento?

O bom senso e a contenção do consumismo deve começar muito cedo, para que o hábito da descartabilidade no mundo líquido não prevaleça, não se torne um hábito normal. Quando estes assuntos se tornam mais evidentes também nos meios de comunicação, através de educadores como Rosely Sayão, provocam em pais e educadores (em maior ou menos grau) um incômodo saudável: o de perder 10 minutos de sono (como sugere a colunista da Folha de s. Paulo) para repensar as próprias atitudes frente a descartabilidade. E, assim, amadurecidos os próprios valores de bom senso, repassá-los aos mais jovens e que nos têm como exemplos a serem seguidos.

Guardamos nas máquinas. E na memória corporal?

Os pais às vezes privilegiam o registro eletrônico da vida de forma exagerada. Nada contra ter máquinas digitais de todos os tipos, registrar esses momentos que fatalmente serão distribuídos virtualmente entre todos os familiares e amigos que não puderam comparecer ao evento. O problema está na proporcionalidade, no bom senso que não temos ao usarmos as mídias e o quanto elas estão tomando um espaço cada vez maior em nossas vidas, fazendo, como bem escrevia Vilém Flusser (2007), com que o homem tente imitar a máquina e esteja cada vez mais sendo dominado por ela. O uso indiscriminado da internet, apesar de aumentar exponencialmente as relações de comunicação e amizade, pode também estar fazendo com que as relações pessoais fiquem em segundo plano, sem que nos demos conta disso. Como afirma Todd Giltlin, “fica claro que o fluxo das mídias dentro do lar – sem falar fora dele – se espessou até virar uma torrente de imensa força e constância, um complemento da vida que se transformou em vivência fundamental” (Giltlin, 2003: 34).

Falando, por exemplo, sobre as festinhas da escola – aquelas que são freneticamente registradas pelos pais através de suas máquinas – por que aquele momento que é real torna-se secundário diante da imagem que ele gera eletronicamente? E por que não privilegiar a festa em si, a música, as cores e não outros aspectos mais reais da vida?

Rosely Sayão aborda com frequência estas questões. Ela questiona o papel dos pais e das escolas na formação dos filhos, e sempre acaba chamando a atenção para temas ligados ao espetáculo, à imagem, às mídias e a tantas outras questões debatidas pelos teóricos da comunicação. Em outubro de 2011, por exemplo, ela escreveu justamente sobre o tema das festas de formatura de crianças na faixa dos 5 ou 6 anos de idade. Festas com direito a cerimônias, discursos, bailes de gala e vestidos longos. No artigo, ela chama atenção para o fato de que pais e escolas podem estar “formando para o espetáculo” ao invés de estarem se preocupando com a formação para a vida:

Apesar das mudanças já ocorridas do ensino básico ao universitário, a escola sempre foi organizada em etapas seriadas, em uma escada: para alcançar o degrau seguinte, o aluno precisa antes quitar plenamente suas obrigações com o grau em curso. Formar-se significava, portanto, mudar de patamar. Uma conquista! Em uma sociedade que não valoriza tanto os rituais, principalmente os de passagem, as formaturas foram se transformando, da mesma maneira que os outros rituais não acadêmicos. As formaturas, tanto quanto os casamentos, os aniversários etc. mais se parecem hoje com espetáculos do que com celebração. Pois é exatamente isso que tem acontecido na maioria das escolas de educação infantil: seduzidas pelo espetáculo, pressionadas pelas famílias e sem se importar muito com o sentido da palavra formatura ou com as crianças, armam um circo e promovem a chamada formatura para a educação infantil. Pais de lá para cá com todo tipo de câmera, fotógrafos contratados, lenço por causa das muitas lágrimas, coisa e tal. Crianças excitadas e agitadas, vestidas como adultos e preocupadas com o cabelo, choro dos mais tímidos, um auê. Mas quem liga para elas ou para o sentido de uma formatura se, ao final de tudo, haverá fotos, vídeos, lembranças a serem guardadas? (Sayão, 2011)

E por que tanta preocupação com o que será gravado? Será que tais rituais existem para serem “vivenciados” ou apenas guardados eletronicamente? Seriam eles reais?

Talvez esteja aí a explicação para tantos fenômenos, muitos deles também descritos nos textos de Rosely Sayão na Folha de S.Paulo. Relatos de pais constatando que os filhos deixaram de ser bons alunos pois querem ser “populares” a competição por, um número cada vez maior de amigos nas redes sociais e quase nenhum compromisso social fora das telas do computador. O ambiente escolar reflete essa desordem causada pela superexposição da informação, o culto ao reality-show que quase nada tem de reality e muito de show, o individualismo extremo, a valorização do que está exposto em detrimento daquilo que é vivenciado por cada um de nós. Tratando da psicologia cultural na mídia, Giuseppe Mininni cita a pergunta mais intrigante e recorrente que pode ser formulada da seguinte maneira: as representações difundidas pela mídia são um reflexo da realidade ou contribuem para construí-la?

Por sua extraordinária capacidade de difundir notícias, a mídia se oferece como uma “janela para o mundo” à disposição de quem quer que seja. Apesar disso, geralmente tende a esconder que se trata de uma janela recortada e orientada de uma determinada maneira, e para um determinado mundo, de modo que fica obscurecida a dimensão de propaganda habitualmente tecida no enredo constitutivo da informação.(...) O que a maior parte das pessoas sabe a respeito de muitos contextos possíveis de vida no mundo – distritos policiais ou laboratórios científicos, prisões ou hotéis de alto-luxo – não resulta da experiência direta, mas de seu contato com a mídia. (Mininni, 2008:28)

É como questiona Mininni (2008) em Psicologia cultural da mídia: o que a maior parte das pessoas sabe a respeito de muitos contextos possíveis de vida no mundo não

resulta de sua experiência direta, mas de seu contato com a mídia. E Giltlin reforça: o próprio fluxo das mídias não é menos humano em sua origem, produto de milhões de pessoas que, por terem sido moldadas por um modo de vida mecânico, imaginaram um número aparentemente interminável de maneiras de aliviar as tensões daquele modo de vida por meios mecânicos. É mesmo a torrente das mídias despertando o que o autor chama de “sentimento descartável” de “presenças fabricadas” (Giltlin, 2003:47). O shop-, ping, as marcas, o consumo, seriam tudo isso. E a torrente das mídias chega cada vez mais cedo. Celulares e joguinhos eletrônicos substituem chocalhos, chupetas e guizos. E as relações entre as pessoas (e isso começa na adolescência) estão cada vez mais baseadas em objetos de consumo (ou de desejo de consumo) que elas tenham em comum.

E aqui a referência final e conclusiva, a de Nestor Canclini, que se refere – talvez algo já previsto por MacLuhan – à extensão do corpo como mídia:

Os jovens que incorporam plenamente essas tecnologias “as colam ao corpo como um elemento a mais de indumentária”, escreve Luis Alberto Quevedo: calças, paletós, jaquetas e mochilas são fabricados com lugar para o celular. A “corporabilidade deve abrigar as tecnologias” (Quevedo, 2007:11). O celular torna os jovens independentes dos pais, porque estes deixam de saber exatamente onde aqueles estão e o que fazem com seus corpos. Para os jovens, torna-se um recurso para novas experiências corporais e de comunicação. Mais do que a localização, importam as redes. Mesmo sentado, o corpo atravessa fronteiras. (Canclini, 2008: 44)

O espetáculo nos textos de Rosely Sayão

O tema “espetáculo” aparece em 14 dos 34 textos analisados. Está muito evidente em “Ser popular é melhor que estudar” que conta a história de uma mãe que sempre, teve um filho estudioso, responsável e com boas notas na escola. Até que um dia ele descobriu que não queria ser mais um “nerd” e que achava que precisava ser popular – o, que não incluía o estudo e bom comportamento. Aqui, o que importa é “fazer acontecer e aparecer a qualquer custo” No documentário francês “Entre les murs” do diretor., Laurent Cantet, há uma cena em que uma adolescente de 14 anos, de volta às aulas após as férias de verão, começa a ter um comportamento insolente com seu professor, com quem até então mantinha uma relação cordial, de amizade, de simpatia. Advertida pelo mestre, a menina vai falar com ele ao final da aula e ele pergunta a ela por que estava se comportando daquela maneira, já que os dois se davam tão bem até o fim do anterior ano letivo. E a resposta foi sucinta: ao perceber que era observada por outras colegas, que a aguardavam do lado de fora da sala, ela responde “Je ne suis plus une gamine”. (“Não sou mais uma mocinha” no sentido de ser uma criança “bacana”)., Em “Os jovens e seus uniformes” também existe a menção ao “espetáculo”: Rosely analisa que ver e ser visto é o que importa. Os jovens, segundo ela, são os mais vulneráveis às

pressões do mercado da aparência, da etiquetas de marca e das tendências adotadas por seus pares porque eles ainda não tem o senso crítico. Estão na escola justamente para adquirir ou sofisticar esse tipo de análise.

Mas é em “Caprichos de adultos” (8/11/2011) que o tema “espetáculo” se torna mais evidente.



Figura 5. “Caprichos de adultos”

Como já foi relatado anteriormente, para Giuseppe Miminni (2008), o que a maior parte das pessoas sabe a respeito de muitos contextos possíveis de vida no mundo não resulta da sua experiência direta, mas de seu contato com a mídia. E temos a impressão de que, em algumas situações (como a citada no texto de Rosely Sayão) uma experiência de vida só é “completa” se for registrada eletronicamente e exibida na “rede”.

Não seria exagero detectar uma certa agnosia das pessoas com relação às próprias

imagens. A noção que temos da nossa própria imagem poderia ser “deformada” quando exibida nas redes sociais? Por que a necessidade crônica de postar absolutamente tudo (tudo o que denota alegria, sucesso, reconhecimento) na rede? Talvez para trazer a si próprio a realização de um perfeito “encaixe”: aquilo que formulamos sobre a nossa própria imagem. E aquilo que propositalmente deformamos para que assuma um contexto de rede social, de currículo. Em “O olhar da mente” (2010), Oliver Sachs afirma que o reconhecimento de representações pode requerer uma espécie de aprendizado, a compreensão de um código ou convenção além dos necessários para o reconhecimento de objetos. Por isso, dizem que pessoas de culturas primitivas que nunca viram fotografias podem não reconhecer que elas são representações de alguma coisa. Será que na atual fase estamos com a necessidade oposta, a de postar eletronicamente o que pode ser guardado apenas na memória? E somente assim conseguiríamos a sensação completa de que aquilo, agora sim, é realidade?

Ainda segundo Sacchs,

Todos nós vivemos em um mundo de visões, sons e outros estímulos, e nossa sobrevivência depende de fazermos uma rápida e acurada interpretação deles. Compreender o mundo à nossa volta tem de ser algo baseado em algum tipo de sistema, algum modo rápido e certo de analisar o ambiente. Embora ver objetos, defini-los visualmente, pareça ser instantâneo e inato, constitui na verdade uma tremenda façanha perceptual que requer toda uma hierarquia de funções. Não vemos os objetos como tais; vemos formas, superfícies, contornos e fronteiras, que se apresentam em diferentes luminosidades ou contextos e mudam de perspectiva quando se movimentam ou quando nos movimentamos. Desse caos visual complexo e mutável temos de extrair invariantes que nos permitam inferir ou supor a qualidade do objeto. Não seria econômico supor que existem representações individuais, ou engramas, para cada um dos bilhões de objetos ao nosso redor. (Sacchs, 2010: 87)

Talvez seja o que Rosely Sayão expresse no texto analisado, em especial no trecho:

O que deveria ser um acontecimento íntimo entre pais e filha, olho no olho, com afeto e vínculo, ganhou a intermediação de uma câmera, já com o intuito de exibir ao mundo a reação da criança. Um espetáculo. Há vários outros filmes de crianças na internet. Certamente, caro leitor, você já deve ter visto alguns deles. (Sayão, 2011)

É a necessidade de alertar principalmente os pais para que a exibição e postagem de momentos íntimos não se sobreponha a outros gestos que, na opinião da psicóloga, podem ser mais importantes na formação de crianças e adolescentes. Proteger demais, registrar demais, descartar demais, mostrar demais podem ser atitudes perigosas para quem quer ver os filhos amadurecerem – e, portanto sofrerem – naturalmente.

Rosely Sayão relata em seus textos, na Folha de S.Paulo, situações diversas vividas por pais, filhos e educadores. Os textos, que poderiam até pender para o lado de “auto-ajuda” acabam de certa forma incomodando aqueles que pensam em ser melhores educadores. Incomodam porque lembram, de certa forma, que nós – os adultos – somos os verdadeiros e primeiros exemplos de vida para crianças e adolescentes. E nós vivemos em um mundo em que o corpo, o consumo e o espetáculo estão na “vibe” na nossa comunicação cotidiana, nos nossos pensamentos, nas nossas atitudes.

Os 34 textos trazem ideias de uma psicóloga, mas que tem a ver com a mais pura discussão de temas referentes à comunicação: o corpo, os códigos, o crescimento comunicacional, o ver e ser visto, o consumismo como marca registrada de comportamentos e relações. Tais ideias vêm sendo discutidas em profundidade por autores como Nestor Canclini, Naomi Klein, Guy Debord e outros, citados neste trabalhos. Sinal de que uma discussão teórica importante vem ocupando cada vez mais espaço também na mídia, em especial aquela dedicada ao comportamento e à educação, como é o caso das colunas de Rosely Sayão na Folha de S. Paulo.

O mundo não está acabando, tampouco estamos vivendo uma época em que se perde o controle sobre o que nos é mostrado através dos meios de comunicação, já que, como aponta Mimini, são tantas as janelas voltadas para ele (o mundo) que acabamos perdendo a noção da quantidade de possibilidades. Todos os autores citados neste trabalho, cujas ideias podem ser extraídas dos textos de Rosely Sayão publicados em um jornal de grande circulação como a Folha de S.Paulo, podem nos ajudar a compreender e assimilar os códigos e, assim, através de exemplos, transmiti-los com responsabilidade aos mais jovens. E até eles – os jovens – que já foram alfabetizados com tablets e smartphones, podem ajudar os adultos a não demonizarem os meios que tornam a comunicação exaustivamente difusa, porém altamente capacitada para também construir e aprofundar relacionamentos, juntar ideias, compartilhar também o que nos ajuda a melhor compreender o mundo e relacionar-se com ele.

Os textos de Rosely Sayão, portanto, contém substancialmente conceitos relacionados à comunicação, mais especificamente aqueles que se referem ao corpo, ao consumo e ao espetáculo. Análises psicológicas e comportamentais, extraídas, segundo a própria autora, de observação do cotidiano de famílias, jovens e criança, passam necessariamente por conceitos que envolvem as mídias, as marcas, a vaidade consumista e principalmente as mudanças no comportamento comunicacional de pais, professores, crianças e adolescentes. Já que toda comunicação começa e termina no corpo e a educação faz parte do processo de comunicação, aprendamos a conviver com um novo corpo, um novo código, uma nova era em que os relacionamentos e sentimentos talvez não tenham mudado, mas estão hoje envolvidos em um ambiente comunicacional extremamente complexo, em que a velocidade das informações muitas vezes não é alcançada de maneira adequada por nós, meros seres humanos, que tanto convivemos com máquinas e tecnologias, mas continuamos sendo os mesmos animais dotados de instintos como a fome,

a dor, a carência, a vaidade, a competição. Sigamos tentando compreender, assimilar e deixar às gerações mais jovens conceitos que podem vir embalados em forma de telas, luzes, slogans e trilhas sonoras. Mas que sejam sempre tratados como simples parte de códigos que nos tornam seres que comunicam. Corpos que dialogam, consomem e tentam provar todos os dias que existem, mesmo que em constante mudança e movimento.

Que esta breve síntese de ideias comunicacionais contidas nos textos de Rosely Sayão possa ajudar a refletir sobre que tipo de atitude temos diante das mídias, e de que forma nossa reação frente a elas pode ser repassada a nossos filhos, para ajudar a formar pessoas conscientes de que são, simplesmente, humanas.

Referências

- ACERVO FOLHA DE S.PAULO. Disponível em: <<http://acervo.folha.com.br/fsp/2012/05/29/563//5790306>> Acesso em 23 de outubro de 2012.
- BACCEGA, M.A (org.) Comunicação e Culturas do Consumo. São Paulo: Atlas, 2008.
- BAITELLO Jr, N. Corpo e imagem: comunicação, ambientes, vínculos. In: Rodrigues, D. (org.). Os valores e as atividades Corporais. São Paulo: Summus, 2008.
- BOURDIEU, P. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997
- BARTHES, R. Mitologias. São Paulo: DIFEL, 1980.
- BAUDRILLARD, J. Simulacros e Simulação. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1991.
- BAUMAN, Z. A ética é possível num mundo de consumidores? Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, L.C. (Org.) Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2010.
- BLOG DA ROSELY SAYÃO. Desabafo de mãe, 2007. Disponível em: <http://blogdaro.selysayao.blog.uol.com.br/arch2007-12-16_2007-12-31.html> Acesso em 24 de outubro de 2012.
- CANCLINI, N. Leitores, espectadores e internautas. São Paulo: liluminuras, 2008.
- CANTET, L. Entre les murs. Diretor: Laurent Cantet. Produção: Caroline Benjo, Carole Scotta. França, 2008.
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. Lisboa: Edições Mobilis in Móbile, 1991.
- ECO, U. Pós-escrito. In: Cinco escritos morais. Trad: Eliana Aguiar. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1998.
- FONTCUBERTA, M; BORRAT, H. Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción. Buenos Aires: Crujía, 2006.
- FONTENELLE, I. A. O Nome da Marca. São Paulo: Boitempo Editorial, 2002.
- FOLHA UOL COTIDIANO. Na violência sexual, silêncio é a atitude mais comum, 2012. Rosely Sayão. Disponível em: <<http://feeds.folha.uol.com.br/fsp/cotidiano/44352-na-violencia-sexual-silencio-e-a-atitude-mais-comum.shtml>>

- > Acesso em 13 de novembro de 2012.
_____. Para pais, a publicidade infantil influencia só o filho dos outros, 2011.
Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff1110201123.htm>> Acesso em 12 de outubro de 2011.
- FOLHA UOL COLUNISTAS. Luiz Felipe Pondé. iPad baby, 2012. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/luizfelipeponde/1154409-ipad-baby.shtml>> Acesso em 18 de setembro de 2012.
- FOLHA UOL EDUCAÇÃO. Opinião: Câmera em sala de aula é um atestado de falência, 2012. Rosely Sayão.. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/educacao/1161476-opinio-camera-em-sala-de-aula-e-um-atestado-de-falencia.shtml>> Acesso em 13 de novembro de 2012.
- FOLHA UOL EQUILÍBRIO. Formando para o espetáculo, 2011. Rosely Sayão. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/equilibrio/eq2510201111.htm>> Acesso em 26 de outubro de 2011.
- _____. Presos no mundo soltos na rede. 2011. Rosely Sayão. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/equilibrio/eq0111201110.htm>> Acesso em 3 de novembro de 2011.
- FOLHA UOL ILUSTRADA. Em entrevista ao “Fantástico” Xuxa diz ter sofrido abuso sexual, 2012. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/1093240-em-entrevista-ao-fantastico-xuxa-diz-ter-sofrido-abuso-sexual.shtml>>. Acesso 13 de novembro de 2012.
- _____. Em Festinhas de Arromba, as mães são casos clínicos. Festinhas de Arromba, 2012. Franscesca Angiolillo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/65922-em-festinhas-de-arromba-as-maes-sao-casos-clinicos.shtml>> Acesso em 14 de setembro de 2012.
- _____. Este é o meu Corpo, 2012. João Pereira Coutinho. Disponível em:
<<http://feeds.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/46934-este-e-o-meu-corpo.shtml>> Acesso em: 06 de junho de 2012.
- FLUSSER, V. O mundo codificado. Por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- GILTILIN, T. In: Mídias sem limite. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- GÓMEZ, G. O. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: Moraes, D. (org.) Sociedade Midiatizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006
- HAUG, W. Crítica da estética da mercadoria. São Paulo: Ed Unesp, 1997.
- INFÂNCIA LIVRE DE CONSUMISMO. Criança e Consumismo, 2012. Disponível em: <<http://infancialivredeconsumismo.com/>> Acesso em 11 de outubro de 2011.
- LASCH, C. O mínimo eu. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.
- LASSWELL, H. Comunicação e indústria cultural. São Paulo: Editora Nacional, 1971.

- MININNI, G. Psicologia Cultural da Mídia. São Paulo: Paulus Editora, 2008.
- PROSS, H. Estructura simbólica del poder. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.
- PUBLIFOLHA. Como educar meu filho, 2003. Disponível em: <<http://publifolha.com.br/catalogo/livros/135721/>> Acesso em 20 de outubro.
- QUINO.COM.AR. Charge, 2012. Disponível em: <<http://www.quino.com.ar/>> Acesso em 12 de outubro de 2012.
- RENNER, E. Criança, a alma do negócio. Diretora: Estela Renner. Produtor: Marcos Nisti - Maria Farinha Produções. Roteiro: Estela Renner e Renata Ursaia. São Paulo, 2010
- SACHS, O. O olhar da mente. Tradução: Laura Teixeira. Motta. São Paulo: Companhia das Letras, 2010.
- SAYÃO, R. Como educar meu filho. São Paulo, Publifolha: 2003
- SAYÃO, R.; GROPPA, J. Escola hoje: da caserna ao parque de diversões, 2009. DVD. Coleção Cotidiano escolar.
- _____. Família: modos de usar. Campinas: Papirus, 2006.
- _____. Em defesa da escola. Campinas: Papirus, 2004.
- SAYÃO, R. Sexo. São Paulo: Editora Escuta, 1998.
- _____. Sexo é sexo. São Paulo: Cia das Letas, 2002.
- _____. Sexo: prazer em conhecê-lo. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.
- TRINDADE, E. Sem propaganda, grife americana vira „uniforme“ para adolescentes, 2011. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/1007831-sem-propaganda-grife-americana-vira-uniforme-para-adolescentes.shtml>> Acesso em 18 de novembro de 2011.
- VEJA SÃO PAULO ONLINE. Rosely Sayão dá dicas aos pais sobre educação das crianças, 2012. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/rosely-sayao-fala-sobre-educacao>> Acesso em: 24 de julho de 2012.
- VYGOTSKY, L. Desenvolvimento Psicológico na Infância. São Paulo: Martins, 1999.