

COMUNICAÇÕES ORAIS / COMUNICACIONES ORALES

6. Consumo, saúde e Direito/Consumo, salud y Derecho

6.01

Imergir para mobilizar: como redes sociais, jogos sociais e TV digital suportam a educação sobre consumo?

Dip to mobilize: like social networks, social games and digital TV support education about consumption?

Hélio Craveiro Pessoa Júnior

Professor (ensino fundamental), graduado em Pedagogia, pós-graduando em Diversidade e Direitos Humanos (UnB). Brasília, Brasil.

Resumo: Como a propaganda gesta o tempo e os corpos dos indivíduos nas sociedades capitalistas? Como redes sociais, jogos sociais e TV digital suportam a educação sobre consumo? Como pensar narrativas hipermediáticas que explorem a obesidade infantil, as propagandas? Como visualizar políticas educacionais que integrem família e escola no exercício do controle social e parental da propaganda obesogênica? As narrativas que envolvem os jogadores de Ecocity, por exemplo, podem servir de base para pensarmos em princípios narratológicos aplicados à educação sobre TV e consumo, orientando cooperação na gestão de cidades (virtuais) em que, por exemplo, num momento inicial as economias destas cidades requereriam mais energia e gerariam mais doenças e insatisfação ao focarem suas atividades numa logística de produção e distribuição de alimentos obesogênicos e num segundo momento requereriam menos energia e gerariam menos doenças e insatisfação por focarem na produção e distribuição de alimentos sustentáveis. Por um lado vemos gestos constrangedores propostos pelas propagandas obesogênicas que engendram os corpos de todos os membros das famílias para funcionarem como máquinas de produção; por outro vemos falas sendo registradas pelos jogos e redes sociais e veiculadas na TV digital.

Palavras-chave: Mediação obesogênica; propaganda abusiva; controle parental.

Key-words: *Childhood obesity; abusive advertising; parental control.*

Como redes sociais, jogos sociais e TV digital suportam a educação sobre consumo? Como pensar narrativas hipermediáticas que explorem o adoecimento, o prognóstico da obesidade infantil e sua interface com as propagandas? Como visualizar políticas educacionais que integrem família e escola no exercício do controle social e parental da propaganda obesogênica?

As narrativas que envolvem os jogadores de Ecocity – pelo Facebook – podem servir de base para pensarmos em princípios narratológicos aplicados ao contexto das políticas educacionais sobre TV e consumo, orientando uma proposta de vivência lúdica e cooperativa de gestão de cidades (virtuais) em que, por exemplo, num momento inicial as economias destas cidades requereriam mais energia e gerariam mais doenças e insatisfação ao focarem suas atividades numa logística de produção e distribuição de alimentos obesogênicos e num segundo momento requereriam menos energia e gerariam menos doenças e insatisfação por focarem na produção e distribuição de alimentos sustentáveis.

Como a intencionalidade capital estabelece sua efetiva dominância pela instituição da normalidade para todos os hábitos lucráveis e a loucura para todas as liberdades que não se enquadrem na vigília e observância aos requisitos da sociedade de consumo? Como a propaganda gesta o tempo e os corpos dos indivíduos nas sociedades capitalistas?

Em sendo a vergonha um ponto focal de seu pensamento, como uma “simples” relação de consumo pode ser mais bem elucidada com as ferramentas intelectuais de Elias? São eficazes na exigência de controle social das propagandas? São igualmente eficazes ao requerermos uma política educacional que inclua estas evidências hodiernas entre suas inquietações?

Como os conteúdos do imaginário social atuam no desenvolvimento da construção do cognitivo, do afetivo e das percepções de demandas sensíveis como a alimentação?

Há uma onipresença simbólica angariada pelas propagandas que salientamos nos costumes à mesa, nos diálogos das famílias. Tal resgate deve partir das representações sobre a alimentação física e simbólica que têm pais-professores em

seus esforços de educar. Representações estas que possibilitam a compreensão da realidade bem como a construção desta, quando mediadas.

As escolas, as fábricas ou o parque de diversões são espaços disciplinares que nos alienam da singularidade de cada um e, a partir de nossa historicidade e nossas potencialidades, vai construindo a massificação de um padrão de submissão de gostos e costumes lucrativamente estruturados. Dentre estes espaços disciplinares, a leitura da propaganda como “instituições de seqüestro”, em Foucault, bem parece corroborar com o repensar de uma política educacional em prol dos Direitos Humanos.

O empreendimento biopolítico destas instituições entra em exercício quando uma criança se submete a reproduzir em si todo o processo civilizador pronunciado nos meios. Há, de igual modo, um biopoder exercido sobre todos os membros das famílias, que expressam em seus corpos as marcas de uma tensão psicológica, superegoicamente colocada. Foucault (1977) trata ainda de um poder relacional que serve a este objeto de pesquisa como ponto de aproximação entre seu conceito de panoptismo e seu conceito de biopoder.

No panoptismo, como postula Foucault (2001), “a vigilância sobre os indivíduos se exerce ao nível não do que se faz, mas do que se pode fazer”. Os olhares que constrangem, disciplinam. A construção da civilidade se perfaz pelos mesmos olhares insidiosos sobre os prováveis desvios que o indivíduo venha a cometer. Para o universo da televisão, esse mecanismo seria a mediação, a continuação do veiculado na mídia, a concretização de uma sugestão dramatizada. Como se o mundo inteiro fosse um palco e fôssemos os atores de cenas cotidianas como no almoço com os pais ou no supermercado com os filhos.

As “instituições do seqüestro” emocional, em Foucault (2001, p. 122), extraem a força produtiva do “tempo da vida”, que se transforma em “tempo de trabalho”. Assim sendo, entendemos que a propaganda abusiva é uma expressão dessa transformação que acentua a dependência e a falta de liberdade dos indivíduos.

Entre os maiores males do século, temos consumismo, individualismo e obesidade. Todos com propostas de intervenção presentes no sexto tema transversal trabalho e consumo; todos, também, com possibilidade de aprofundamento mais

minucioso com o auxílio da sociologia processual de Norbert Elias, haja vista que tal abordagem sustenta o entendimento dos processos de reprodução e intensificação da dominação, organizados em torno do autocontrole, do autoconstrangimento, da vergonha.

Num desdobramento da psique humana na estrutura social, Elias (1993) encontra entre o superego que envergonha e o id que é envergonhado um processo de identificação e acomodação a papéis sociais.

Notadamente, Elias (1993) ao ver a sociologia refletida pelo prisma psicogenético das emoções, orienta-se por conceitos freudianos para pensar a vergonha no processo de auto-controlar pelo qual cada um passa ao civilizar-se.

Como levantado em Barbosa (2005), Elias re-configura os conceitos de id, ego e superego: pondo o ego no final do diálogo entre o id e o superego pensado em termos de relações persistentes. Exemplo: a mediação da propaganda televisiva cria relações persistentes, figurações que impõem uma identidade fluida para os aspirantes a jogador no torneio que tem como prêmio o título de homem civilizado.

Elias parte de uma sociologia dos costumes, de uma evidenciação dos detalhes, gestos e gostos; parte da tentativa de demonstrar como as relações e subestratificações sociais se legitimam e consolidam em torno dos costumes de cada membro e a sistematização do auto-constrangimento, por meio do qual, todos em sociedade pacificamente internalizam as regras e bens que lhes dizem respeito e quais dizem respeito aos outros.

É possível considerar que a identidade flutuante necessária ao capitalismo imprime nos corpos de seus subordinados as marcas de seu controle político? Foucault (1977) indica tornar-se dócil o corpo que pode ser transformado, aperfeiçoado ou corrigido em função do poder, em especial o econômico.

Entendendo a obesidade como uma doença resultante do controle biopolítico orquestrado pelo presente sistema lucrativo; como uma doença agravada pela violência simbólica das propagandas. Manipulando o conceito de gosto em Bourdieu (2002), podemos pensar no ato de consumir circunscrito na classificação dos produtos no espectro do possível, das possibilidades de adquiri-los, das

oportunidades estilísticas oferecidas, da necessidade de expurgação, do alívio aos excessos pulsionais. De outro modo, as descargas das humilhações que distinguem pela comida são estampadas em nossa massa corporal. Ou ainda, muitos de nós somos levados a expor nossos corpos como emblemas de abundância, de pertença ou de merecimento.

Em Bauman (1999), lemos que na Idade Média, tida como pequeno adulto, a criança não possuía valor econômico nenhum, e hoje ela já se tornou uma cliente, que decide ou convence os pais por produtos anunciados. Podemos então entender que não houve a construção da infância, mas a reinvenção desta ao conservarmos as similaridades com a figura adulta – para assegurar o poder de decisão nas compras – e acrescentarmos a idéia do domínio emocional – para não serem necessários razões objetivas para o consumo.

O ato de consumir é uma maneira de criar identidades (internalizar identificações). Quando compramos um bem material, compramos os bens simbólicos, o imaginário associado ao produto no apelo por sua compra (na propaganda). Ora somos saudáveis porque comemos tal barrinha de cereal, em outro momento somos os melhores pais quando oferecemos tal sanduíche aos nossos filhos.

A sociologia processual de Norbert Elias aliada aos conceitos de capital cultural e capital simbólico de Pierre Bourdieu bem se amoldam na tarefa de estruturar um quadro sobre os novos processos de subjetivação que o capitalismo cognitivo propõe com a atual convergência tecnológica. Partindo da relação disciplina-corpo que destacamos nesses processos, é necessário focar o olhar nos conceitos foucaultianos de biopoder e panóptico que facilitam a leitura psicossocial de nossa casuística: a mediação de peças publicitárias obesogênicas que se valem do nag factor, técnica para persuadir os filhos a interferir, por exemplo, na aquisição e consumo dos alimentos da família.

Conforme consta no sexto tema transversal (Brasil, 1998), as relações de consumo produzem e reproduzem as tensões entre desigualdade e luta pela igualdade, injustiça e luta pela justiça. Se, individualmente e de forma isolada, pouco

se pode fazer em relações marcadas pela desigualdade de forças e de poder, consumidores conquistam formas de organização, e, por meio destas, direitos.

Urge cada vez mais pensarmos uma política educacional que expresse a cidadania a partir do debate em casa (educação não-formal) e na escola (formal) sobre as propagandas televisivas voltadas para estes sujeitos em formação.

Por um lado vemos gestos constrangedores propostos pelas propagandas obesogênicas que engendram os corpos de todos os membros das famílias para funcionarem como máquinas de produção; por outro vemos falas sendo registradas pelos jogos e redes sociais e veiculados na TV digital.

As redes sociais (como Facebook) e a ludicidade e imersão dos jogos sociais de gestão (como Ecocity) abrem outro lócus para pesquisarmos modos do exercício do controle social da/pela TV. Por essa facilitação, entendemos que estes recursos telemáticos podem servir de modelo para um software livre (em Gíngua-NCL/Lua) para a TV digital que oportunize a cada família a gestão da formação identitária de suas crianças. Um Sistema de Controle Parental da Propaganda.

Referências

BARBOSA, Sérgio Servulo Ribeiro. A Psicogênese e a sociogênese nas obras de Norbert Elias e a sua relação com a educação no processo civilizatório. Em: *IX Simpósio Internacional Processo Civilizador - Tecnologia e Civilização, 2005*, Ponta Grossa. Simpósio Internacional Processo Civilizador - Tecnologia e Civilização, 2005.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BRASIL. ANVISA Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *O controle necessário para as propagandas na construção da cidadania. 2005*. [data da consulta: 17 out. 2012]. Disponível em: http://www.anvisa.gov.br/divulga/noticias/2005/261205_1_texto_de_esclarecimento.pdf.

_____. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Fundamental. *Parâmetros Curriculares Nacionais: terceiro e quarto ciclos do ensino fundamental: temas transversais*. Brasília: Ministério da Educação : Secretaria de Educação Fundamental, 1998.

_____. MINISTÉRIO DA SAÚDE, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. *A saúde pública e a regulamentação da publicidade de alimentos*.

2004. [data da consulta: 28 out. 2012]. Disponível em: http://dtr2004.saude.gov.br/nutricao/documentos/regulamenta_publicidade_alimentos.pdf.

ELIAS, Norbert. *A sociedade de corte*. Trad. Ana Maria Alves. Lisboa: Estampa, 1993.

_____. Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Trad. Mário Matos. Lisboa: Dom Quixote, 1993.

FOUCAULT, Michel. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: Nau, 2001.

_____. Michel. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.

_____. Michel. *Vigiar e Punir*. Petrópolis: Vozes, 1977.

MINAYO, M. C. S. O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica. Em: GUARESCHI, P. A. e JOVCHELOVITCH, S. (Orgs.) *Textos em Representações Sociais*. Petrópolis : Vozes, 1995.

MEDICAL OFFICER OF HEALTH. *Food Advertising to Children*. Toronto: Update, 2010.

MOMBERGER, Noemi F. *A publicidade dirigida às crianças e adolescentes: regulamentações e restrições*. Porto Alegre: Memória Jurídica, 2002.

MONTEIRO, Renata Alves. *Influência de aspectos psicossociais e situacionais sobre a escolha alimentar infantil*. 2009. 225 f., il. Tese [Doutorado em Psicologia Social, do Trabalho e das Organizações] Brasília, Universidade de Brasília, 2009.

PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge. *Direito de formação da criança e do adolescente em face da TV comercial aberta no Brasil: o exercício do poder-dever de educar diante da programação televisiva*. Tese [Doutorado] São Paulo, Universidade de São Paulo, USP, 2006.