



REFLEXÕES ACADÊMICAS







MEDIA UPDATING: Aperfeiçoando as técnicas de controle social

RENATA APARECIDA ROSA¹

Resumo

Os trabalhos de Foucault sobre as ‘técnicas de si’ são a base de muitos estudos sobre processos de subjetivação e controle social, que podem ser entendidas como mecanismos de confissão que exercem função reguladora sobre os sujeitos. Neste artigo, discorro sobre as novas estratégias de controle social midiático com a multiplicação de programas, sobretudo na TV a cabo, que suprem a demanda contemporânea por aperfeiçoamento constante, na mesma medida que o estimula. Para tanto, recorri às interpretações de Fisher (2001) e Silva (2001) sobre as técnicas de si aplicadas à mídia, acrescentando os *insights* de Sibilia (2002) e sua teoria do homem pós-orgânico, entre outros autores dos Estudos Culturais e teoria pós-crítica da Educação. Este artigo abre a discussão sobre as possíveis repercussões que esta tendência da indústria cultural pode trazer para a educação, haja vista o caráter pedagógico da mídia .

Abstract

Foucault works about “self techniques” gives the basis of several studies about subjectivation process and social control. This concept could be understood as a confession mechanism that works as a rule function over people. In this article, I make a description about the new media strategies of social control by the TV shows, mainly on cable TV, that supplies the contemporary request for constant improvement in the same gauge that encourage it. For this, I appeal to Fisher (2001) and Silva (2001) interpretation about “self techniques” applied to media, with the addition of

¹Mestre em Educação pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI e jornalista – Jornal Diarinho: Diário do Litoral, na região do Vale do Itajaí. E-mail: renatinhapop@yahoo.com.br



Sibilia (2002) insights and her theory about post-organic man, among others authors of Cultural Studies and post-critic theory of Education. This article opens a discussion about the possible repercussion that this tendency of cultural industry can bring to education matters, considering pedagogical character of the media.

Palavras-chave

Subjetivação; pós-modernidade; controle social; TV; mídia; teoria pós-crítica da educação; representação cultural.

Key-words

Subjectivation; post-modernity; social control; TV; media; educational post-critics theory; cultural representation.

Aperfeiçoamento estético nos programas *updating*

O controle social analisado por Foucault através do controle de si e das práticas de confissão está se tornando cada vez mais explícito na programação de TV. Depois dos *reality shows* de confinamento, onde pessoas estranhas são obrigadas a conviver num mesmo local por um período determinado (como o **Big Brother** e **No Limite**), surgiram programas de aperfeiçoamento estético, que ainda não possuem uma denominação cristalizada; chamo, por isso, provisoriamente de *updating*. A palavra em inglês significa, literalmente, trazer a data para o momento atual, de forma que não fique mais evidente a época em que foi constituído - uma verdadeira volta no tempo.

Nestes programas, tudo é “trazido” para o século XXI: a decoração da casa, o guarda-roupa, as plantas do jardim, o corte de cabelo, a maquiagem, e em casos mais extremos, o corpo. Os personagens reais que participam dos programas geralmente adoram o resultado. Depois de “melhorados”, tanto as pessoas quanto os ambientes ganham em credibilidade, popularidade e valor de mercado e os participantes afirmam terem resolvido uma gama ampla de problemas em sua vida, que vai muito além da estética. A repetição constante desta associação entre melhoria estética e problemas de ordem emocional e social na mídia transparece como uma verdadeira terapia, muito mais rápida e de resultados mais garantidos do que as psicoterapias. Que Freud o quê! A solução está no *updating*.

A pós-modernidade é mostrada em Silva (1999, p. 111) como um movimento que desconfia das pretensões totalizantes do saber racional moderno, que concebia o sujeito como um ser centrado e sem contradições. Segundo o autor, a ênfase na razão deu origem a uma sociedade burocraticamente organizada, que não admite a fragilidade humana. Nos programas de TV de aprimoramento estético, a fragilidade não só é admitida como é um requisito para os participantes. Quanto mais “fora dos



padrões” melhor; só que esta fragilidade é mostrada como um obstáculo a ser vencido para a obtenção de sucesso pessoal, por isso a intervenção estética promovida pela mídia é justificada. Desta forma, o controle social na pós-modernidade está garantido, e de uma forma ainda mais eficiente, pois a “vontade” de se enquadrar aparentemente partiu do próprio sujeito, subjetivado que está pelo padrão estético vigente. A repetição é justamente um dos artifícios para a cristalização de normas, que acabam virando padrões a serem reproduzidos em larga escala. Silva (2000) recorre ao conceito de performatividade de Butler² para mostrar como certos enunciados ganham o status de verdade, tornando-se uma nova forma de comportamento. Segundo o conceito, algumas declarações não se limitam a descrever simplesmente, mas estimulam um acontecimento. Assim, a repetição de adjetivos como “estonteante”, “moderna”, “deslumbrante”, “perfeita”, “10 anos mais jovem” para aqueles que se submetem às intervenções estéticas patrocinadas pela mídia têm como resultado a perpetuação de conotações do senso comum de como ser valorizado em sociedade. Conotações construídas que se naturalizam depois de virarem normas.

A normalidade da beleza

Dentre as formas de regulação através da cultura, Hall (1997, p.41) aponta como prioritária a questão normativa. O pensador afirma que as ações humanas são sempre guiadas por normas que antecipam as ações a fim de se obter êxito. Este modo de fazer as coisas com objetivos e fins específicos é guiado de maneira inconsciente pela compreensão de como se age dentro daquela cultura. Normas que são amplamente veiculadas pela mídia. Nos casos de intervenção estética em ambientes, um exemplo da eficácia prática da transformação é o programa “Casa à Venda”, veiculado pelo canal **A&E Mundo**. Nele, a apresentadora visita uma casa que está à venda sem sucesso. Câmeras são instaladas pela casa quando é aberta à visitação pública e a proprietária é forçada a ouvir comentários nada lisonjeiros sobre sua decoração e gosto pessoal, que seriam os responsáveis pelo fracasso da venda da casa. Depois do “veredito” público, é hora do decorador oficial do programa entrar em cena e colocar em prática seu plano para *update the house* (atualizar a casa). O resultado estético acaba dando retorno financeiro – os proprietários geralmente recebem boas ofertas, chegando até a vender a casa durante o programa. Tudo por causa de algumas pinceladas de tinta e remanejamento dos móveis. Vale destacar as opiniões dadas pelos visitantes e as impressões posteriores deixadas pela transformação. Se antes da reforma, eles identificavam defeitos, no mínimo, questionáveis, depois da intervenção do especialista, as diferenças somem. Muitos que haviam rejeitado a casa porque teriam que “mudar tudo”, agora dizem que já se viam morando ali. E isso porque a reforma era de baixíssimo orçamento, algo em torno de 300 dólares. Era como se o decorador, através das estratégias de sua profissão, conseguisse apagar a individualidade de quem havia morado ali, deixando a aparência do espaço dentro de um padrão estético aceitável. A busca ali não era pela perfeição, mas pela normalidade.

² BUTLER, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge, 1990.



○ programa *Extreme Makeover*

Um dos programas que melhor representa esta nova tendência midiática chama-se “Extreme Makeover”, que em português traduz-se por “Transformação Extrema”, veiculado pelo canal Sony. Em cada episódio, o telespectador toma conhecimento de duas histórias tristes, em que os personagens/pessoas reais sofrem o estigma de serem “feios”, adjetivo pejorativo que nunca é pronunciado no decorrer do programa, nem pelos depoentes, nem pelo locutor. Através de depoimentos do candidato e de seus parentes, o público toma conhecimento de que a suposta “feiúra” do participante seria motivo de todo tipo de desgraça: rejeição, depressão, “solterice” em idade avançada e, sobretudo, baixa auto-estima, termo recorrente que justifica qualquer intervenção, mesmo que extremamente invasiva. Dois casos veiculados recentemente são bastante representativos e podem constituir-se num bom debate em sala de aula sobre a pedagogia inserida nestes programas. No primeiro, um presidiário no corredor da morte apela ao programa para mudar o rosto que o condenou. Por causa da semelhança da arcada dentária com o assassino de uma jovem, ele quase foi morto pelo sistema penal norte-americano, que adota a pena de morte. O programa mostra que seus dentes desalinhados foram apelidados na mídia de sua cidade como “dentes de assassino”. Para se livrar do estigma e “começar de novo”, ele se candidatou a uma transformação radical. A volta à sua casa totalmente transformado, depois de dois meses afastado para se recuperar da cirurgia, foi mostrada como a vitória de um inocente acusado injustamente, que estava “nascendo de novo”, podendo, desta forma, esquecer todo o passado de sofrimento e rejeição. A cirurgia é representada como uma intervenção que vai além da camada epidérmica; é como se o bisturi tivesse entrado no subconsciente do participante e apagado todo um repertório emocional negativo. Uma terapia de auto-ajuda extrema.

O segundo caso é de um casal de professores que tinha se conhecido num grupo de ajuda para obesos. Depois de perder dezenas de quilos cada um, o casal apelou ao programa para fazer as plásticas que selariam o sucesso de sua transformação, iniciada meses antes. Após as cirurgias, ao voltarem para a cidade em que moravam, o casal foi rejeitado pelos pais de alguns alunos por acreditar que eles não estavam dando um bom “exemplo”. Segundo alguns depoimentos selecionados, os pais disseram que os professores estavam corroborando com a idéia de que apenas os mais belos têm lugar na sociedade, aumentando a rejeição que os menos belos já possuem.

Entre os alunos, as opiniões divergiram. Houve quem dissesse que não reconhecia mais a professora; outros afirmaram que nunca notaram que ela necessitasse de intervenção cirúrgica; outros ainda a apoiaram dizendo que se a decisão a fez sentir-me melhor dentro daquele corpo, a decisão tinha sido acertada, pois a confiança conquistada através de uma imagem estética aprimorada melhoraria seu desempenho como docente. Em sua defesa, a professora afirmou que optou pela cirurgia para se sentir “normal” e concluiu o debate, dizendo que a plástica foi uma decisão pessoal que não deveria se transformar numa questão moral, apesar desta mudança ter vindo a público em nível nacional e nos mínimos



detalhes. Ela, que optou pela cirurgia para se enquadrar no padrão de normalidade e evitar o julgamento público que exclui indivíduos fora dos padrões estéticos, continuou alvo da apreciação popular, mas o que estava em pauta desta vez era se a sua atitude no campo privado ao vir a público não afetaria a ética profissional como educadora.

Larossa, em **Tecnologias do Eu e Educação** (1994), investiga práticas pedagógicas que utilizam formas sutis de exploração da intimidade dos indivíduos para transformar suas subjetividades e se tornarem compatíveis com os projetos institucionais. Segundo o autor, a dimensão moral dos dispositivos pedagógicos, o auto-analisar-se ou auto-criticar-se baseia-se em um estatuto com valores e normas derivadas das noções de bem e mal. O auto-governo pressupõe a observância destas normas de forma a domesticar o sujeito ou, como diria Foucault, torná-lo dócil e obediente. Nada tem mais poder do que o padrão numa sociedade e, poucas vezes, o sujeito foi tão dócil como nos programas de transformação do corpo.

Auto-ajuda interpelativa

No primeiro caso de Extreme Makeover, a cirurgia estética foi apresentada como uma ferramenta mágica, promovendo a redenção de um inocente que quase morreu em decorrência de sua “feiúra”. Melhor justificativa para uma intervenção radical no corpo, impossível. Durante a apresentação de sua história de vida e as etapas que mostram sua transformação, não havia nada no artefato midiático que levasse o telespectador a questionar a legitimidade do desejo do personagem em se metamorfosear em outra pessoa. A mudança estética conseguia transformar a pessoa também por dentro, deixando-a mais segura de si, confiante e pronta pra assumir uma nova personalidade, mais aceita socialmente. E a combinação do exterior transformado como o interior em florescência tornaria o candidato à normalidade apto a encontrar o amor de sua vida, assim como seguir uma nova carreira profissional, enfim, ser “alguém”. A necessidade imperial de ser autoconfiante e seguro de si, benesses conquistadas por quem se submete às transformações, é tema recorrente de livros de auto-ajuda; esses livros pretendem libertar a pessoa de todo negativismo, abrir seus caminhos, elevar a auto-estima, fazer o cidadão sorrir para a vida. Silva (2001, p. 41) já havia identificado nestes livros um discurso altamente interpelativo, que subjetiva seus leitores a se tornarem pessoas agradáveis no meio social, sem problemas, sem angústias, sem frustrações; um discurso aparentemente motivador que exerce controle sobre o sujeito na medida em que o obriga a se enquadrar num padrão de felicidade constante, bastante presente também nas peças publicitárias. Assim, o outro da relação social, cheio de características próprias e nem sempre palatáveis, fica cada vez mais escondido embaixo do tapete.



CONTRAPONTO

As aspirações alegadas pelo participante para transformar-se se assemelham aos requisitos encontrados nos jornais classificados para a conquista de emprego: boa apresentação, juventude, agilidade, segurança, com possibilidades de crescimento dentro da empresa. O constante aprimoramento também é uma característica da tecnologia e da indústria globalizada, que precisa passar por periódicas auditorias para assegurar que o seu “programa de qualidade total” está bem implementado, senão, perde mercado. Esta necessidade mercadológica de aprimoramento passa a ser vital também em outras áreas da vida. Em *Digitalização da Natureza*, Sibilia (2002) discorre sobre o projeto do genoma humano e a possibilidade de um controle maior sobre a descendência; ela chama a atenção para a percepção contemporânea de rejeitar evoluções de longo prazo, a exemplo da teoria da evolução das espécies de Charles Darwin, que postulou serem necessárias várias gerações para que transformações biológicas fossem desencadeadas; a autora relaciona a postura de Darwin ao pensamento vigente na era industrial, contrapondo ao momento pós-moderno atual, em que o aperfeiçoamento técnico rápido é uma necessidade prioritária para manter-se no ‘mercado’; ela acredita que a possibilidade de transformações rápidas está levando a humanidade a uma evolução pós-biológica, ou pós-evolução.

Neste novo panorama, é evidente a obsolescência das cosmologias da era industrial. Com essa decadência, surge a necessidade de uma nova narrativa cosmológica capaz de explicar a dinâmica da evolução artificial, numa era em que a tecnociência está fortemente ligada ao mercado e ostenta uma decidida vocação ontológica, exibindo a sua capacidade de criação e deixando para trás o reformismo lento e gradativo que visava ao aperfeiçoamento em longo prazo. Seria este o encerramento do último ato de uma peça ultrapassada, conhecida antigamente com o nome de *Natureza*? Estamos ingressando na era da pós-natureza? (SIBILIA, 2002, p. 3)

No segundo exemplo de *Extreme Makeover*, a direção do programa decidiu fazer uma *mea-culpa* ao mostrar a controvérsia em que dois participantes foram alvo por causa de sua transformação. Neste caso, a professora se tornou alvo de críticas de pais preocupados com as repercussões de sua atitude na educação de seus filhos, motivo pelo qual também redijó este artigo. Foi uma forma de mostrar que a produção do programa estava informada da polêmica em torno deste tipo de entretenimento midiático, onde o “antes” e o “depois” nunca foram tão radicais. Ao abordar a questão a seu modo, de maneira “democrática”, mostrando opiniões contra e a favor, mas concluindo a favor da decisão pessoal da personagem, que estaria agora “mais feliz do que nunca” e esperando um bebê, a mídia lançou mão de mais uma estratégia bem-sucedida de controlar a crítica, reforçando a idéia de redenção através da ciência; neste caso, a razão da ciência embaralha-se com a emoção suscitada no telespectador, através dos recursos técnicos que incluem a trilha sonora, planos de filmagem, edição, texto; tudo para despertar compaixão e empatia com a personagem, afinal, quem não tem características físicas que gostaria de mudar?

Entre o sujeito e o mundo está a mídia. Além de comunicar, a mídia torna visível o anônimo, padroniza formas estéticas, recicla conhecimento culto, popular e massivo e transforma tudo em consumo. O sucesso da mídia decorre, em grande parte, de uma linguagem estratégica. Além do conteúdo dos programas de transformação, merece destaque também a forma como ele é produzido. *Extreme*



Makeover, por exemplo, rompe a barreira da privacidade dos consultórios médicos ao transformar em espetáculo a solução dos problemas físicos e emocionais dos participantes; e eleva a categoria de astros os cirurgiões responsáveis pela transformação. Depois de emocionar o público com histórias tristes, cada médico entra em cena com a imagem super valorizada pela edição, mostrando o currículo de cada um e o número de pessoas que já ‘consertaram’. Ao final da transformação, médico e paciente se abraçam longamente e lágrimas são filmadas em close mostrando o caráter ‘humano’ do especialista. E para reforçar a mensagem, um resumo da história da personagem é apresentado a cada vez que o programa volta dos comerciais; estas características da linguagem televisiva foram relatadas por Fischer em *Televisão e Educação: fruir e pensar a TV* (2001). Com base nos estudos de Sarlo (1997) sobre a linguagem da TV (que a autora chama de “televisibilidade”), ela descreve como próprio da TV o excesso de imagens, a repetição de temas e personagens em produtos supostamente novos, ritmo ágil através da edição inspirada nos videoclipes, muito sentimentalismo e justaposição de imagem e informação em vez de subordinar a imagem à informação, elementos claros em *Extreme Makeover*. Elisabeth Ellsworth (1997) é outra autora dos estudos culturais de cinema que explica a categoria “modos de endereçamento”, como estratégia para fidelizar o público na identificação de determinado programa com determinado público. Estas estratégias passam pelo formato dos programas; linguagem; objetivos dos produtores; estratégias de veiculação; temáticas e aspectos técnicos como edição, trilha sonora etc. Perguntamos, então, a quem estaria endereçado *Extreme Makeover*? A resposta mais óbvia é a grande maioria da população que está fora dos padrões estéticos e se sente marginalizada; e que, além disso, não tem condições financeiras de resolver seu problema. O sucesso de programas como este é comparável às longevas loterias, que prometem a felicidade através do sucesso material. Desta vez, a felicidade total é alcançada através da promessa de normalidade e beleza.

Representação cultural

O aspecto narcisista da subjetividade pós-moderna já havia sido apontada pelo psicanalista Jurandir Freire Costa (2002) como uma forte tendência contemporânea. Estudioso das teorias foucaultianas de constituição da subjetividade do sujeito, Costa relata que a crise de valores da sociedade atual levou ao enfraquecimento das instituições e ao florescimento de condutas baseadas no sucesso pessoal. Noções de bem comum, família, pátria não cabem nas prioridades do narcisista, a não ser que tragam benefício pessoal. Outra questão é a representação cultural contida no discurso da mídia. Os *reality shows*, de onde derivaram os programas de transformação, adotam a prática de categorizar seus participantes de forma a buscar a identificação com o público, reduzindo as possibilidades de ser e viver neste planeta. Então, são comuns as “figuras” da dona-de-casa deprimida, do adolescente “patinho-feio”, do solteirão rejeitado, do obeso



CONTRAPONOTOS

que esconde uma grande frustração atrás de seu sorriso bonachão; após as cirurgias, eles se transformam em “cinderelas”, “princesas”, “sedutores”, “estrelas de cinema”.

Fischer (2001) lembra que somos constituídos por discursos que nos atravessam e trazem marcas em nossa subjetividade. Discursos que tem relação com práticas sociais de controle e poder. Ao representar a sociedade de acordo com uma determinada agenda de interesses, a mídia se constitui num reservatório cultural para o consumidor acessar, reproduzir e transformar segundo sua subjetividade. Ela chama a atenção, contudo, para a interpelação mútua entre o telespectador e programas de TV. Na mesma medida em que o público é subjetivado pelo discurso do aprimoramento contínuo, ele também pauta a programação da mídia. Esta interpretação presente nos Estudos Culturais resgatou o poder do telespectador, que não está mais posicionado do lado oposto da TV, mas envolvido numa complexa teia de relações e interpenetrações. A teoria pós-crítica opta por compreender os meandros do fenômeno televisivo de massa, sem, contudo, satanizá-lo. Desta forma, o sujeito, no atual contexto pós-moderno, não é considerado uma vítima passiva do sistema, e sim agente de uma sociedade de controle, marcada pela contradição. Como lembra Silva (1999), a pós-modernidade não rejeita aquilo que critica, mas imita e incorpora de forma ambígua.

Com esta perspectiva em mente, parece oportuno levantar a questão com os telespectadores mirins nos debates sobre mídia na sala de aula, a fim de perceber o quanto destes programas já fazem eco no discurso discente. E começar a entender qual é a participação desta nova geração na concepção de programas que buscam o aperfeiçoamento estético e tecnológico constante. Tirar os conceitos de ‘updating’ do seu aspecto natural e mostrar seu caráter construído pode levar a audiência mirim a realizar questionamentos até então embotados pela falsa noção midiática de normalidade aliada à beleza e perfeição.

Considerações finais

A grande virada da teoria pós-crítica na interpretação de artefatos midiáticos como principal ferramenta da mídia-educação foi abolir a ênfase maniqueísta que colocava a mídia como precursora do mal e o telespectador infanto-juvenil como a representação do bem corrompido. A visão dual de mundo não cabe mais numa sociedade complexa, de rede, randômica (numa alusão à tecnologia) em que os elementos sociais se interpelam continuamente, e não mais numa via de mão única. Os papéis desempenhados pelos sujeitos na pós-modernidade perderam a fixidez e adquiriram múltiplas facetas, nem sempre boas, nem sempre más. Ser generoso e benevolente não é uma característica ‘humana’, ser contraditório é. Por isso, o debate sobre as novas tendências da mídia não é coisa fácil de se fazer. A primeira coisa que vem à mente é julgar e condenar discursos considerados inadequados para a audiência, mas a questão é se esta postura não simplifica o problema, em vez de suscitar o debate sobre a complexidade do



momento contemporâneo. O julgamento prévio pode obstruir os possíveis *insights* da audiência juvenil, que sabe melhor do que ninguém porque determinado produto agrada. Até porque, nem sempre agradar a audiência significa manipulá-la. Subestimar a crítica discente não é a melhor forma de estimulá-la.

Referências

COSTA (a), J. **A subjetividade exterior**. Disponível em: www.jfreirecosta.hpg.ig.com.br/Ciencia_e_Educacao/9/Artigos/subjetividade.html. Data de acesso: março / 2001.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV** – Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

_____. “Técnicas de si” na TV: a mídia se faz pedagógica. In: **Educação Unisinos**, vol.4, n° 7, 2000, p.111-139.

HALL, Stuart (a). **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

_____. (b) A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: **Educação & Realidade**. Porto Alegre, jul/dez. 1997, pp.15-46.

KELLNER, D. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.) **Alienígenas na sala de aula** – Uma introdução aos estudos culturais em educação. 2ª edição. Petrópolis: Vozes, 1995. pp.104-131.

LAROSSA, J. Tecnologias do Eu e Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu. (org) **O Sujeito da Educação: estudos foucaultianos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. pp.35-86.

SIBILIA, P. **O homem pós-orgânico: Corpo, subjetividade e tecnologias digitais**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

_____. Do homo psico-lógico ao homo tecno-lógico: a crise da interioridade. In: **Semiosfera**, n° 3, ano 7. Universidade Federal do Rio de Janeiro.

_____. **A digitalização da natureza**. Data de acesso: Disponível em www.itaucultural.org.br/index.cfm?cd_pagina=2014&cd_materia=1242

SILVA, T. T. Pedagogia e auto-ajuda: o que a sua auto-estima tem a ver com o poder. In: SCHIMIDT, Sarai (org.) **Educação em Tempos de Globalização**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001. pp.41-44.

_____. (org.). A produção social da identidade e diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e Diferença - A perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. pp.73-102.

_____. **Documentos de Identidade** – uma introdução às teorias do currículo. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.