

Para além de metamorfoses do corpo na Linguagem do Discurso publicitário: relações possíveis entre Educação e Arte, a alma do negócio na sociedade das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação

Rosane da Conceição Pereira (amenin@ig.com.br)

(<http://lattes.cnpq.br/4992147359275113>)

“Il n’a ni puissance de vie, ni fécondité du travail, ni épaisseur historique du langage. C’est une toute récente créature que la démiurgie du savoir a fabriqué de ses mains, depuis deux cents ans.”

Michel Foucault, *Les mots et les choses*, 1966, p. 319.

Introduzindo a questão

O vídeo “A alma do negócio” (1996) lembra o livro homônimo de Ken O’Donnell, “A alma do negócio: para uma geração positiva”, da editora Brahma Kumaris (São Paulo, 2002), que critica os problemas de desestruturação social econômica e ambiental, apontando um lado positivo, que são algumas metamorfoses no comportamento empresarial. Para o autor, a desestruturação social, econômica e ambiental não é um ponto de estagnação, que não depende de nós e sobre o qual nada podemos fazer, e sim o motor da capacidade de enfrentar dificuldades. De acordo com ele, precisamos ultrapassar os conflitos, que são causas do estresse e da ineficiência administrativa, deixando de viver em desarmonia no mundo empresarial tecnicista e comercial, sobretudo após o desenvolvimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) na sociedade de consumo capitalista.

O filme curta metragem “A alma do negócio”, com cerca de oito minutos e vinte e cinco segundos, do ano de 1996, distribuído pela Superfilmes, com direção roteiro de José Roberto Torero, mostra um casal-propaganda supostamente feliz, até seus produtos aparentemente perfeitos demonstrarem que podem fazer muito além do que prometem.

O vídeo constitui uma metalinguagem do universo publicitário das propagandas e é possível dizer que, em particular, a propaganda da faca, na cena de cortar o queijo, simboliza tanto o corte físico do corpo do casal, quanto o corte simbólico da fantasia do aparente mundo maravilhoso da publicidade (divulgação, promocional e de merchandising na mídia e ponto de venda) e do marketing de produtos (bens, serviços e ideias ou campanhas institucionais). A partir dessa cena, tudo se passa como se os signos verbais (locução em *off*, texto inserido em algumas cenas e diálogo do casal-propaganda) tratassem da “realidade” da propaganda (anunciassem os produtos) e os signos não verbais — imagens e sons, efeitos sonoros e trilha de Vu e Lelo Nazário — mostrassem a face do capitalismo selvagem, a “fantasia” do consumismo sem reflexão sobre a necessidade do uso e sobre algumas promessas absurdas presentes em certas propagandas.

Figura 1: cenas de “A alma do negócio” (SUPERFILMES. 1996)





Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=uLeSsSyzzCQ>

Com a promessa absurda de garantir a durabilidade do casamento com sua utilização, faz-se o anúncio do uso do barbeador no vídeo, e na cena final, associa-se o uso de um curativo para pequenos cortes e ferimentos, após o próprio casal-propaganda ter se matado utilizando sem nexos os produtos mostrados anteriormente. Pode-se pensar, assim, que o consumo não deveria ser tratado como uma imposição externa dos meios de comunicação para a propaganda (notícia, filme, animação etc.), sob comerciais cujos efeitos são dignos de prêmios, embora seus recursos audiovisuais nem sempre sejam claros quanto ao que é anunciado de fato.

O ambiente mais harmonioso faria tudo funcionar de modo mais dinâmico e suave, levar a decisões mais rápidas e precisas, a eficiência da produtividade e de uma comunicação mais objetiva e menos obscura. Como no vídeo analisado, o livro faz pensar que o papel do educador, por exemplo, na área de Ciências Sociais Aplicadas, subárea de Comunicação Social, seria considerar que uma gestão positiva, ou seja, analisar condições históricas, políticas e sociais da produção e possíveis efeitos do consumo é uma questão de sobrevivência da sociedade capitalista.

A análise do vídeo, assim, é um exemplo da impossibilidade de isenção ideológica, segundo Cipriano Carlos Luckési (1990), pois faz pensar sobre a necessidade de consumir como um ato que é efeito de nossa materialidade histórica, política e ideológica, como foi dito. Apresenta um casal-propaganda cujos corpos estão inseridos na cultura (expressa na indústria cultural pela mídia publicitária), para além de uma tomada ingênua da natureza ambiental, chocando o espectador e nele provocando a necessidade de elaborar o que é dito/mostrado, a metamorfose de seres considerados “normais” (cordiais na sua linguagem verbal e em seus gestos não-verbais) em outros “estranhos” (rudes no falar e em seus atos). Tudo se passa como se as cenas finais transitassem do clima ideal e lírico da arte romântica àquele onírico e psicológico da arte surrealista.

O vídeo, em termos de metalinguagem, também permite contrapor o trabalho dos publicitários e dos produtores do filme publicitário referido à alienação suposta do público consumidor de massa, que nem sempre tem condições de acesso à educação para questionar a estrutura histórica, social e política na qual se encontra – como é possível pensar a partir dos textos “A cultura” e “Trabalho e Alienação”, de acordo com Maria Lúcia Arruda Aranha e Maria Helena Pires Martins (1993). Trata-se igualmente da morte simbólica, seguindo o que pensa Hélio Pellegrino em “A pena de morte” (1988), pois o vídeo pode ser relacionado à morte simbólica do homem como ser completo, independente ou perfeito que de fato não é, uma vez que o casal-propaganda é (a)ferido por seus próprios produtos culturais, na posição de objeto afetado por eles, os quais assumem a condição de sujeitos determinantes.

O vídeo alude ainda à questão da necessidade de pensar a educação em comunicação, por exemplo, fazendo-se a passagem do senso comum (do consumo irrefletido, absurdo) à consciência filosófica (pensar o consumo consciente, refletido, como ato ideológico no capitalismo), no dizer de Demerval Saviani (1996).

Em outras palavras, trata-se da tarefa da filosofia da educação para a formação humana, como diria Antônio Joaquim Severino (2006), considerando-se a importância de pensar o efeito patológico do consumismo desenfreado. Daí a relação possível também com a questão dos direitos humanos ou de uma educação para os direitos humanos, pensada por Ângela Viana Machado

Fernandes e Melina Casari Paludeto (2010), quando se leva em conta o uso ou consumo doentio de produtos nem sempre necessários à existência, apenas para fomentar a ilusão de partilharmos de um status social, na lógica capitalista de ser como se fosse ter. Seria preciso concordar com Pedro Demo no que se refere à relevância de estudar (2009) e com a “Carta de Campinas sobre Educação” (2011), assinada por vários autores, pelo fato do vídeo nos impactar no sentido de sairmos da acomodação ao consumo para a reflexão sobre ele e sobre seus efeitos negativos (patológicos, de banalização e alienação) e positivos (filosóficos, de posicionamento político e ideológico), nos posicionando como protagonistas (cidadãos, sujeitos-objetos das ciências humanas e sociais) de nossa história nessa sociedade.

ESTUDAR DE CORPO E ALMA OU ENTRE A LINGUAGEM E O SOCIAL

O professor titular da Universidade de Brasília, Phd em Sociologia pela Universidade de Saarbrücken, Alemanha, Pós-doutor pela University of Califórnia at Los Angeles, Pedro Demo, em seu texto “Estudar” (2009), conclui que “O Brasil precisa estudar! Em especial seus professores” (DEMO. 2009. p. 8). A partir dessa afirmação conclusiva do texto e do próprio título deste pelo autor, em busca do que é estudar é que se pretende fazer uma crítica possível ao próprio ato de estudar, que, contrariando a suposição do senso comum, não é tarefa só do aluno e não está determinado *a priori* na profissão de professor, pois nem todos o praticam, seja porque creem obter conhecimento absoluto ao fim de seus cursos de formação, seja porque desconhecem o que vem a ser estudar, um ato contínuo, em transformação e transformador tanto da prática pedagógica quanto dos sujeitos envolvidos no processo de ensino e aprendizagem (professor e aluno, em especial).

A finalidade de estudar, portanto, não é final (conclusiva após a formação do educador que lhe bastaria, enquanto o aluno a obteria ao fim de um curso também) nem tampouco exclusiva do educando que a alcançaria ou não, mas é partilhada por ambos, respeitando-se o conhecimento obtido e sempre em mudança, podendo ser outro e vivido diferentemente. Daí a importância de colocar em jogo no planejamento de ensino os conceitos de

“Autopoiética”, “Reconstrução” e “Interpretação”, conforme a “Leitura do Real”, que educador e educando necessitam realizar durante um curso de formação acadêmica que faça sentido em suas vidas.

Nesse sentido, a “Autopoiética” pode ser definida como a autocriação do conhecimento pelo professor e pelo aluno, que não é resultado da aprendizagem, mas depende deles continuamente, de suas práticas em aula e fora da escola:

(*) *Autopoiésis* significa “autocriação”. Muito do que o ser vivo “é” acaba determinado por aquilo que “faz”. Não se pode, contudo, dizer que o ser vivo é completamente autopoiético, pois a sua carga genética, para ficarmos no campo da biologia, é sempre *dada* e não autocriada, embora tenha de ser moldada posteriormente pelo ambiente; no caso do ser humano, evidentemente, a educação é um dos fatores ambientais mais importantes (N. do E.) – (DEMO. 2009. p.4).

Uma “Reconstrução” seria, assim, a desconstrução do conteúdo mínimo e construção de aprendizado com significação para a vida de professor e aluno, interpretando com “autonomia”, realidades internas:

Entendo por estudar a dedicação sistemática à reconstrução do conhecimento, na condição de sujeito capaz de interpretar com autonomia, desconstruindo e reconstruindo. O estudo bem feito sempre resulta em autoria, o que retira do interesse procedimentos de cópia, transmissão, aquisição. Estudar bem não combina com receber conteúdos simplificados, abreviados, resumidos, via aula, de tal sorte que a tarefa que ainda resta para o aluno seria copiar e reproduzir. Em suma, nem escola, nem universidade descobriram propriamente o que é estudar (DEMO. 2009. p.1).

Não é por acaso que a “Interpretação” é considerada um gesto essencial tanto para um professor quanto para um aluno observadores, ou seja, na tentativa autônoma de re-elaborar o conhecimento formal ou instrucionista da escola e do mundo êxtimo (sem dentro nem fora definidos, com no exemplo da banda de Moebius, do símbolo do infinito), portanto, objetos de estudos das aulas (componentes mínimos) “ressignificados”:

(...) Como bem anota Manguel (1996), em sua história da leitura, a aula instrucionista faz parte do método escolástico, entendido este como

aquele que tutelava qualquer tentativa autônoma de interpretação. Nossas escolas e universidades praticam ainda este método, à revelia de todas as teorias e práticas mais atualizadas de aprendizagem. Por isso, acredita-se tão piamente que aumentando as aulas, aumenta-se a aprendizagem, coisa que os dados não suportam. Os alunos comparecem para escutar um professor falar, em geral de maneira instrucionista – sua grande maioria não produziu o que fala. A rigor, não se pode dar aula a não ser do que se produz. Aula instrucionista, apenas para expor ideias alheias, é mais bem feita pela mídia, a cores, com efeitos especiais e gente bonita. Hoje, o que está nos livros e na mídia, não precisa ser repetido em sala de aula, porque, sabendo o aluno ler, a informação está disponível. Trata-se de outra tarefa, tipicamente maiêutica, que é reconstruir conhecimento, não apenas veicular informação para ser, a seguir, na prova, reproduzida. O papel do professor é socrático, sua função é formativa em termos autopoiéticos, não como preceptor, capataz. Desrespeitam-se completamente as condições básicas de aprendizagem reconstrutiva, à medida que os alunos são mantidos como massa de manobra de idéias alheias. Não se pesquisa ou elabora, não se fazem textos próprios, não se motiva a autoria, mantendo-se como paradigma de aprendizagem mera instrução (DEMO. 2009. p.6).

É nesse sentido que Demo (2009) relaciona o conceito filosófico de Sócrates, “maiêutica” (parto das ideias, conhecimento a construir com elas e não ser ponto de partida *a priori*), ao conceito biológico de Maturana, “Autopoiética” (conhecimento de dentro para fora dos sujeitos educador e educando, em que os conteúdos mínimos não são exclusivos, mas sim “ressignificados”, pela “leitura” de professor e aluno), no processo de criação da “autonomia” de ambos, sem repetirem o que estaria nos livros e na mídia. Educador e educando necessitam de exercitar a “Reconstrução” do conhecimento, não apenas veiculando informação para uma futura reprodução fiel (decorada, fria, sem significação para a vida) a ser cobrada em uma prova. Nesse sentido, conforme Manguel (2001. p. 24) é que, como seres humanos, sempre somos constituídos por imagens que originam uma história formulando outra “imagem”, uma “biografia visual”. Assim, o professor deveria afirmar sua capacidade de formador de conhecimentos acadêmicos (pensar os conteúdos) e éticos (de cidadania, de atitude democrática, partilhada), apesar e com as dificuldades do ambiente escolar (dito interno ao processo de ensino-aprendizagem) e social (considerado externo a esse processo). Nesse sentido é que o autor diz que “o papel do professor é socrático” (DEMO. 2009. p. 6), ou seja, pois ele não deveria tolher o conhecimento trazido pelo aluno e sim

estimular este a considerar a atividade prazerosa da observação do mundo, da “leitura” da suposta realidade que os livros e a mídia nos apresentam, mas sobre os quais pode construir outras ideias possíveis, verossímeis, ser autor, autônomo e não autômato, sem reproduzir, repetir, papaguear, sem pensar sua prática de estudo.

Conclusões preliminares

De modo geral, todos esses conceitos constituem uma rede de significância (formações discursivas, intertextos de áreas diferentes como a filosofia, a biologia e a educação, e de interdiscursividade ou construção de sentidos, discursos ou efeitos de sentidos que não são verdades absolutas, mas sim cambiáveis), conforme a “leitura” sistemática do professor leitor que estimula o gosto do aluno pela “leitura”, para acompanhar a evolução da discussão e ter ideias pertinentes a serem reconstruídas.

A “Leitura do Real”, no entanto, se passa como ilusão de representação na mente de professor e aluno da suposta realidade externa, que de fato é representação de representação, fazendo professor e aluno aprenderem a ler à moda Paulo Freire, ou seja, “ler a realidade” que os cerca ou, à moda de Pedro Demo, “contraler” o que é dado como real (tornado visível, pensado com verdadeiro antes que verossímil), lendo na pretensão de autor ativo no processo educativo e não de receptor passivo, como supunha o senso comum.

O vídeo analisado, por exemplo, constitui tanto uma crítica ao consumismo patológico ou negativo dos corpos envolvidos para a sociedade da estética perfeita ao extremo, metamorfoseando-se em figuras distintas das aparentemente percebidas, quanto exige uma reflexão filosófica acerca da melhoria da educação, ou seja, minimamente do exercício de ensinar a pensar. No dizer de Valdemir Guzzo (2006), do ponto de vista da comunicação, nesta análise é necessário atentar para o fato de que o consumo pode não ser uma dependência (de drogas, trabalho e relacionamentos, por exemplo) suprimindo uma carência qualquer, mas sim como um ato ideológico consciente, refletido, oriundo de um posicionamento político, histórico e social.

Referências

A ALMA DO NEGÓCIO. **Superfilmes**. Direção e roteiro de José Roberto Torero. Trilha sonora de Vu e Lelo Nazário, 1996, 00:08:25. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=uLeSsSyzzCQ>. Acesso em: 18/05/2013.

ANOTAÇÕES DE AULA DA AUTORA DESTA ANÁLISE. **Disciplina Fundamentos da Educação**, ministrada pelo professor Luiz Fernando Queiroz, no Curso de Formação Docente da Universidade Salgado de Oliveira, no *Campus* de São Gonçalo, para a Turma FORDOC 1301, em 18/05/2013.

ARANHA, Maria Lúcia Arruda; MARTINS, Maria Helena Pires. “A cultura”; “Trabalho e alienação” (1993). *In: Filosofando: introdução à filosofia*. São Paulo: Moderna, 1993, p. 2-19.

DEMO, Pedro. “Estudar”. Disponível em: <http://www.quadrante.com.br/Pages/servicos02.asp?id=290&categoria=Educacao#>. Acesso em: 20/03/2009.

FERNANDES, Ângela Viana Machado; PALUDETO, Melina Casari. “Educação e direitos humanos: desafios para a escola contemporânea”. *In: Caderno Cedes*. São Paulo: Campinas, vol. 30, n. 81, p. 233-249, mai.-ago. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccedes/v30n81/a08v3081.pdf>. Acesso em: 05/04/2013.

FOUCAULT, Michel. **Les mots et les choses: une archéologie des sciences humaines**. Paris: Gallimard, coll. Bibliothèque des sciences humaines, 1966, p. 319.

GUZZO, Valdemir. “A reflexão filosófica na educação”. *In: UNirevista*. Vol. 1, nº 2, abril 2006, p. 2-13. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Guzzo.pdf. Acesso em 05/04/2013.

LUCKÉSI, Cipriano Carlos. **Filosofia da Educação**. São Paulo: Cortez, 1990.

MANGUEL, Alberto. **Uma história da leitura**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

_____. **Lendo imagens**: uma história de amor e de ódio. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

O' DONNELL, Ken. **A alma do negócio**: para uma geração positiva. São Paulo: Brahma Kumaris, 2002.

PELLEGRINO, Hélio. "A pena de morte" (1988). *In: Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 3 jul. 1985, s.p.

SAVIANI, Demerval. **Educação**: do senso comum à consciência filosófica. São Paulo: Cortez, 1996.

SEVERINO, Antônio Joaquim. "A busca do sentido da formação humana: tarefa da Filosofia da Educação". **Revista Educação e Pesquisa**. Vol. 32, n. 3, 2006, p. 619-634. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-97022006000300013&script=sci_arttext. Acesso em: 05/04/2013.

UNICAMP; USP; UNESP; UNIRIO; PUC RIO; UCP; UNIVERSIDADE DO PORTO; CENPEC; UNICID. "Carta de Campinas sobre Educação" (2011). *In: Jornal da Ciência*. JC e-mail 4347, 13. Carta de Campinas sobre Educação, de 20 de setembro de 2011. Disponível em: <http://www.jornaldaciencia.org.br/Detalhe.jsp?id=79351>. Acesso em: 05/04/2013.

SOBRE A AUTORA

A autora é Pós-doutora em Estudos da Linguagem pela Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP. Doutora em Letras, Mestre e Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense – UFF. Suas pesquisas e livros publicados tratam de relações possíveis entre mídia e discurso, nos campos de Comunicação e Linguagens do/sobre o discurso publicitário com outros, tais como o estético, o didático e o filosófico, por exemplo. Atua também como docente e pesquisadora (CNPq e FAPERJ/CECIEJ/FIOCRUZ), respectivamente, na Universidade Salgado de Oliveira (cursos superiores de Comunicação Social e Educação Artística), *Campus Niterói* – UNIVERSO Niterói, e na Fundação de Apoio à

Escola Técnica - Escola Técnica Estadual Adolpho Bloch – FAETEC/ETEAB (cursos técnicos de Publicidade e Marketing).

RESUMO

O artigo constitui uma crítica ao consumismo doentio ou negativo dos corpos de um casal-propaganda no vídeo analisado (1996), como tantos outros. É um estudo acerca do Discurso publicitário nessa sociedade da estética perfeita ao máximo, metamorfose de figuras distintas das aparentemente vistas. Para tanto, implica uma reflexão filosófica sobre a necessidade da excelência da Educação, um exercício de ensinar a pensar em diferentes campos da Linguagem, entre Arte, Novas Tecnologias da Informação e Comunicação.

Palavras-chave: discurso publicitário, corpos e linguagem.

ABSTRACT

The article constitutes a critique of consumerism sick or negative of the bodies of a couple-propaganda in the analyzed video (1996), like so many others. Is a study about the advertising Discourse in the perfect aesthetics society to the maximum, metamorphosis of distinct figures of apparently views. To do so, implies a philosophical reflection on the need for excellence in Education, an exercise to teach thinking in different fields of Language, between Art, New Information and Communication Technologies.

Key-words: advertising discourse, bodies and language.