

A mídia que balança o berço



Maria Helena Masquetti - Le Monde Diplomatique Brasil

06.11.2008



Nestes tempos de crianças expostas a tantos tipos de mídia, o velho provérbio “a mão que balança o berço governa o mundo” propicia uma reflexão sobre quem é realmente a maior autoridade na estrutura familiar. Tomando-se por autoridade aquele que provê a manutenção da família, supõe-se que ambos, marido e mulher, dividam entre si esse papel de governar a educação dos filhos. No entanto, cada vez mais, as crianças expressam valores e anseios contrários aos da educação recebida em casa e na escola. O fato é que elas dependem dos exemplos adultos para a construção de sua identidade. E, por acreditarem no que ouvem ou vêem, em sua lógica infantil, passam a ver a mídia [1] como outra autoridade dentro de casa.

Por meio dos sites, jogos eletrônicos, revistas, mensagens comerciais e programas inadequados, a mídia propõe-se a satisfazer, de várias formas, os desejos infantis que, pela manobra persuasiva, converte em necessidades. Expresso em números (Interscience, 2003), o resultado desse bombardeio de mensagens e apelos comerciais é de 80% de influência das crianças nas compras da família. Isso concorre para diminuir a autoridade dos pais perante os filhos. A propósito, há alguns meses, muita gente viu um comercial de automóvel equipado com um aparelho de DVD, insinuando que a atuação dos pais pode ser dispensável na vida dos filhos mediante a aquisição de determinada tecnologia. A mensagem mostrava dois carros na estrada. Num deles, os pais se desesperavam por não saber como conter as rugas entre os filhos pequenos enquanto, no outro, equipado com o aparelho DVD, o clima era de total tranquilidade pela atenção das crianças presa à tela.

O que melhor explica o fato dos filhos aderirem tão mais prontamente a tantas mensagens da mídia e desdenhar os ensinamentos dos pais é a permissividade expressa por ela das duas formas mais sedutoras para a criança: a ausência do “não”, palavrinha incômoda porém decisiva para a demarcação dos limites imprescindíveis à socialização; e a reverência irrestrita às vontades das crianças que só faz ampliar nelas a fantasia de poder ter tudo.

Um pequeno recorte na trama do filme de Curtis Hanson: “A Mão que balança o berço” - título, aliás, inspirado no citado provérbio, como explícita a fala de um de seus protagonistas -, ilustra essa atração dos pequenos por adultos complacentes demais com os desejos infantis. A trama gira em torno de uma babá aparentemente dedicada e afetuosa que começa a se apropriar das duas crianças de um jovem casal de forma lenta e sedutora. Valendo-se de sua maior disponibilidade de tempo junto aos pequenos, a babá permite à garotinha mais velha - cerca de cinco anos - assistir a um gênero de filme vetado à ela pelos pais em função de sua pouca idade. Como é de se esperar, a garotinha logo entende a babá como mais amorosa que seus pais.

De modo geral, tal cumplicidade com os caprichos infantis está presente em diversos tipos de mídia dirigidos às crianças. E a tendência é antecipar-se, cada vez mais, essa interferência na educação delas. Por isso, quem tiver hoje nos braços seu recém-nascido já não pode deixar para mais tarde a preocupação com os impactos da comunicação midiática na formação dos pequenos. Ela já está do lado do berço na forma dos programas para bebês.

Se nos faltam ainda dados de pesquisa para saber o que acontecerá, daqui a alguns anos, com os bebês “educados” via TV, não faltam experiências e estudos sobre a formação do psiquismo. Um bebê não tem estrutura mental para saber sequer quem é e o que é; não tem idéia de suas dimensões físicas; desconhece o mundo à sua volta e, sobretudo, é fusionado com sua mãe, tendo-a como uma extensão de si mesmo. Como concluiu o psicanalista e pediatra Donald Winnicott, um dos mais brilhantes estudiosos do desenvolvimento infantil, “não existe tal coisa chamada bebê, significando com isso que se decidirmos descrever um bebê, encontrar-nos-emos descrevendo um bebê e alguém. Um bebê não pode existir sozinho, sendo essencialmente parte de uma relação”.

Sendo assim, o que pensar sobre a relação de um bebê com um aparelho de televisão que fala e age, sem estabelecer um contato real com ele? Uma das primeiras formas de contato da criança com o mundo é a identificação projetiva, mecanismo psíquico por meio do qual ela projeta aspectos de si mesma sobre o outro enquanto sente como seus determinados aspectos deste outro em virtude do estado de fusionamento em que se encontra. Sendo assim, é fundamental refletir sobre o quê um bebê irá projetar na caixa de uma TV (sem sua mãe dentro), com uma seqüência de imagens ainda sem sentido ou valor para ele? E, pior ainda, que aspectos ele tomará do aparelho e da produção eletrônica como partes de si mesmo?

Se não podemos prever o futuro, olhemos o que já acontece, no presente, com tantas crianças que nos rodeiam, no cotidiano ou na prática clínica: natural nos primeiros anos de vida, o narcisismo (amor a si mesmo) e a onipotência (certeza de poder ser e ter tudo) andam durando além do previsto quando, até por volta dos seis anos, deveriam ter se convertido na capacidade de se preocupar com o outro. O que estará estimulando, então, nas crianças, o prolongamento dessas características? Quem pensou em interesse comercial, acertou no x da questão que envolve hoje a preocupação com os impactos da publicidade e de determinados tipos de entretenimento na formação das crianças. Alheio aos danos que pode trazer ao psiquismo infantil, o objetivo do marketing é implantar o quanto antes na criança a necessidade de consumir.

Como diz Suzan Linn, doutora em Educação e professora de Psiquiatria da Escola de Medicina de Harvard, em seu livro Crianças do consumo - A Infância Roubada, “quando nos referimos a produtos especificamente projetados para crianças “do berço à universidade” pode ser o máximo que alguém possa almejar, mas muitos fabricantes buscam lealdade à marca que dure do berço ao túmulo”.

Na reportagem “A perigosa relação do bebê com a TV”, do Jornal Observatório da Imprensa - a jornalista Leneide Duarte-Plon destaca um dos trechos do manifesto assinado pelos cientistas franceses Pierre Delion e Bernard Golse publicado por este jornal: “Numa época em que se fala muito de ecologia, é preciso que nos conscientizemos de que proteger nossos filhos do risco de desenvolver uma forma de dependência em relação à tela luminosa é uma forma de ecologia do espírito. Por isso, é urgente que nos mobilizemos para a criação de uma moratória que proíba a existência desses canais, antes que a ciência possa conhecer melhor a relação da criança pequena com a tela”.

Pelo tanto que evoluímos, chega a parecer irreal que tenhamos hoje que nos revolver em argumentos para impedir que se continue penetrando um terreno tão frágil e misterioso como a psique de um bebê. E isso sob a proposta, desculpe, descabida de ampliar-lhe a inteligência e a criatividade como afirmam alguns argumentos de vendas desses programas para os pequenos.

Nascidos em berço de ouro ou em cestos pobres de palha, as perspectivas dentro de cada bebê estão intactas nessa fase do broto e não demandam outros cuidados além dos prescritos pela natureza. Os mais caros entre eles são o calor do seio materno, o alimento saudável, as vozes amorosas e a mão protetora que governa seu passo a passo até o contato pleno com a vida real.

Se há tanta preocupação com o desenvolvimento dos bebês, que ela seja convertida, então, para a melhora social do “berço” que os abrigará ao nascer. Nada substitui o amor e os efeitos que só ele pode produzir na construção de um novo indivíduo. Recordando uma vez mais a sabedoria e prudência de Winnicott: “Ainda temos muito que aprender sobre os primeiros tempos de uma criança e talvez só as mães possam dizer o que queremos saber”.

[1] A mídia é, muitas vezes, legitimada pela audiência que os pais lhe prestam.

* *Maria Helena Masquetti é psicóloga do Projeto Criança e Consumo, do Instituto Alana, e assina, no “Le Monde Diplomatique Brasil”, a coluna Consumo & Direitos.*

Comentários

Busca

 Escreva seu comentário

Powered by [!JoomlaComment 3.26](#)

| [Adicionar Tags](#)

[Fechar janela](#)