



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004

Do mal-estar solúvel e da felicidade obrigatória

As narrativas da felicidade cotidiana na imprensa

Geraldo Garcez Condé

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

O imaginário contemporâneo da felicidade tem na mídia uma das suas instâncias mais significativas de elaboração. O conjunto de material jornalístico caracterizado pelo discurso prescritivo publicado em revistas parece ser um indicador da importância que o tema assume na comunicação de massa. Caracterizada por oferecer orientações, conselhos, fórmulas e modelos para variadas situações cotidianas, tanto as do plano subjetivo como as concernentes aos aspectos práticos da vida, essa “imprensa conselheira”¹ constituiria um repertório de narrativas de uma “técnica de viver”. Essas narrativas prescreveriam maneiras de pensar e proceder para obter o contentamento, erigido em norma, em face de um suposto mal-estar superável materializado num problema².

As soluções da imprensa conselheira seriam conduzidas por uma “tecnicidade”. Superar os descontentamentos originados de diversas esferas da vida contemporânea seria fruto da adoção de procedimentos racionalmente estruturados, marcados pela idéia de planejamento, mensuração e eficiência. Formuladas em termos de problema/solução, as narrativas da imprensa conselheira encarnariam uma deliberada, incessante e, de certa maneira, coercitiva busca metódica pela satisfação em diferentes aspectos da existência.

Neste trabalho são examinadas matérias da imprensa conselheira com o objetivo de mapear as principais características dessas narrativas estruturadas pelo binômio mal-estar solúvel/felicidade obrigatória. O material de análise adotado é um conjunto de textos representativos da imprensa

¹ O material jornalístico caracterizado pelo discurso prescritivo é considerado como um produto da “imprensa de serviço” (BUITONI, 1990), da “imprensa intimista” (BOSI, 1996), no caso da imprensa feminina, ou da “imprensa supostamente frívola” (BRUCKNER, 2002). A expressão “imprensa conselheira” parece precisar o tipo de material sem atrelá-lo a uma questão de gênero ou de caráter.

² Os temas do mal-estar e da felicidade são vastos, sendo virtualmente impossível abarcar todos os seus aspectos. Para algumas abordagens da felicidade, principalmente no campo da filosofia, ver GIANNETTI (2003), MISRAHI (2001) e RUSSEL (2003). Para considerações acerca do mal-estar na sociedade contemporânea, ver BAUMAN (1989), FREUD (1997), LASCH (1987), LIPOVETSKI (1989), e ROUANET (1993). Sobre mal-estar, felicidade e comunicação de massa, ver MORIN (1987) e VAN DEN HAAG (1973).



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

conselheira publicados nas revistas *Claudia*, *Playboy* e *Veja*, todas da Editora Abril, nas edições dos meses de julho a dezembro de 2001³.

IMPrensa CONSELHEIRA E NARRATIVA

A imprensa conselheira pode ser compreendida como uma categoria que abriga todo material jornalístico caracterizado pela oferta de aconselhamentos, orientações, fórmulas e modelos para o comportamento cotidiano. Produtos da imprensa conselheira podem ser encontrados nos diferentes meios de comunicação – jornal, revista, rádio, televisão e *sites* da internet. Apresentam, em geral, um “tom” personalizado, um discurso que busca criar uma aparência de intimidade com o leitor.

Essas prescrições para a vida cotidiana apresentam-se em vários estilos. Nas revistas, são recorrentes os estilos designados como “conselhos”, “mandamentos”, “cartilhas”, “dicas”, “questionários”, “depoimentos” (exemplares), “recomendações”, “guias”, “instruções”, “passo-a-passo”, “toques”, “testes”, “segredos”, “truques”, “consultas” (com especialistas), etc., que podem dominar toda a matéria ou apenas uma parte dela. Há matérias em que esses indicadores não são mencionados, mas o caráter prescritivo do discurso, como o uso do modo imperativo, permite identificá-las como produtos da imprensa conselheira⁴.

O texto jornalístico possui o estatuto de “verdade”. Ele seria um relato do real, que se refere ao mundo exterior, distanciando-se da literatura de ficção, ancorada no imaginário. Embora se considerem distintos os objetivos aparentes – informar, no caso do jornalismo, e proporcionar o prazer estético, no

³ As revistas *Claudia* e *Playboy* têm periodicidade mensal, e a revista *Veja*, semanal. No caso da revista *Veja*, por ser de periodicidade semanal, o exemplar escolhido foi o da primeira ou segunda semana de cada mês. O *corpus* é, portanto, composto por materiais recolhidos em seis edições de cada categoria, totalizando 18 revistas. Eventualmente recorre-se a exemplos avulsos retirados das revistas *Você S.A.* (Editora Abril), *Nova/Cosmopolitan* (Editora Abril) e *Vida* (Jornal do Brasil).

⁴ Algumas chamadas de capa, títulos e subtítulos de matérias publicadas em revistas podem ser aqui citados como exemplo da configuração dos produtos da imprensa conselheira. Chamadas de capa: “Pernas lindas em 10 passos” (*Claudia*, mar. 1993); “Durma bem – Insônia, bruxismo, apnéia: para cada caso, uma solução” (*Claudia*, dez. 2001); “Fique esperto – 15 coisas que as mulheres odeiam nos homens” (*Playboy*, nov. 2001); “Emprego novo – Como abrir portas na chegada (e não fechá-las na saída!)” (*Claudia*, ago. 2001); “Você só tem cinco minutos – Como apresentar (muito bem) sua idéia no menor tempo possível” (*Você S.A.*, jan. 2000); “Receitas da ciência para manter-se jovem aos 30, 40, 50... e 60 anos” (*Veja*, 11 jun. 2003). Títulos e subtítulos: “Decreto o fim da celulite” (*Claudia*, p. 101, no. 2001); “Vale o que está escrito – Como enfrentar os testes de grafologia, cada vez mais usados nas contratações” (*Veja*, p. 128, 07. nov. 2001); “Passe a borracha – Técnicas simples e seguras para esconder a cicatriz” (*Vida*, pp. 12-13, n. 14, 13 mar. 2004), “A nova cartilha erótica” (*Claudia*, p. 184, out. 2001).



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

caso da prosa de ficção –, as técnicas que empregam são, na essência, as mesmas. Traquina (1993) chama a atenção para a importância das formas literárias e das narrativas para a construção do texto jornalístico, considerado, via de regra, um “índice do real” (pp. 168-169).

Nesse sentido, as reflexões de White (1994) acerca das relações entre o relato histórico e a “literatura imaginativa” e as de Barthes (1999) e Auclair (1982) sobre as estruturas e as funções do *fait-divers*, destacando as suas qualidades míticas e os aspectos imaginários do relato factual, sustentariam o exame dos produtos da imprensa conselheira como narrativas. Essas idéias são sintetizadas por Bird & Dardenne (1993), que chamam a atenção para as “qualidades estruturais” e os “mecanismos narrativos” do texto jornalístico. A perspectiva adotada por Bird & Dardenne (1993: 264) de que as reportagens⁵ constituem “um tipo específico de sistema simbólico”, podendo ser examinadas como “construções culturais”, permite a abordagem dos textos jornalísticos na investigação do imaginário social⁶.

A idéia de um relato do factual que recorre a mecanismos narrativos e que possui um repertório de significações mais ou menos constantes, apesar de sua variedade temática e de estilo, se aplica, em certa medida, aos produtos da imprensa conselheira. Em diferentes estilos, a imprensa conselheira apresenta um discurso prescritivo regido pela concepção de informação sobre os comportamentos cotidianos. Os conselhos, orientações, fórmulas e modelos são apresentados como dados objetivos respaldados pelo senso comum, pelo conhecimento supostamente compartilhado pelos leitores, e, com constância, pela autoridade do discurso científico. A imprensa conselheira não enuncia sua retirada do âmbito do factual. Apesar do conteúdo e do estilo, pode-se afirmar, ela atribui aos seus produtos o estatuto de “verdade”, de discurso referencial sobre o mundo exterior.

AS NARRATIVAS DA FELICIDADE COTIDIANA

⁵ Na tradução portuguesa do original inglês de BIRD & DARDENNE (1993), os termos “notícia” e “registro” significam, respectivamente, de acordo com a nomenclatura corrente no Brasil, “reportagem” e “notícia”. As “notícias” que os autores propõem ser examinadas como narrativas são, portanto, “reportagens”.

⁶ Esse, por exemplo, é o caso da construção mitológica dos ídolos esportivos pela imprensa. Helal (2001) mostra como a imprensa narrou a elevação do jogador de futebol Ronaldinho à categoria de herói. Nessa perspectiva, o texto jornalístico constituiria uma narrativa que se organizaria em torno do “mito do herói” para tratar dos sucessos e fracassos de esportistas.



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

No material examinado, os temas de destaque são a sexualidade, a estética corporal, a moda, a saúde, os relacionamentos afetivos e profissionais e a obtenção e manutenção do conforto e das comodidades. As matérias apresentam esses temas em diferentes formatos e estilos, tendo como estrutura comum a pressuposição de um problema e a formulação de uma solução. Para a investigação que se segue, são tomados alguns “textos de referência”, pois seria inviável neste trabalho examinar todo o *corpus*.

O binômio mal-estar solúvel/felicidade obrigatória pode ser identificado na reportagem “Cintura sexy” (*Claudia*, pp. 106-110, jul. 2001). Na matéria, são apresentadas soluções para mulheres que estariam “preocupadas com a cintura”, em busca de “curvas perfeitas”. Haveria um descontentamento com as gorduras localizadas, pois, no ano de 2001, a mulher brasileira teria descoberto “a importância de exibir uma cintura bonita”. A saga para aquelas que desejam “chegar ao próximo verão cheias de curvas, em grande forma” começa nas academias de ginástica, onde se mostrariam cada vez mais interessadas em exercícios específicos para a cintura. Há, no entanto, outras opções de tratamento para quem possui “gordurinhas muito resistentes” ou tem aversão a exercícios físicos. A intervenção cirúrgica, como a lipoaspiração, a injeção de medicamentos e a aplicação de cosméticos que dissolvem as gorduras são algumas das “táticas” que, com graus diferentes de eficácia, exigiriam menos sacrifícios. Todos os métodos apresentados são comentados por especialistas da área, como professor de educação física, *personal trainer*, médicos e químicos.

Os testemunhos de quem fez uso dessas técnicas refazem o percurso da insatisfação ao contentamento. O texto narra a busca de um padrão estético cujo resultado é sobretudo indicado pelas fotos das depoentes que estampam sorrisos que nada lembram os possíveis sacrifícios e percalços do processo de modelamento físico. Uma depoente diz ter conseguido “redesenhar” o corpo com a prática da capoeira. Os resultados obtidos em três meses a teriam deixado “tão animada”, que resolveu complementar a rotina de atividades com danças brasileiras, como o maracatu e o frevo, e exercícios abdominais. Uma segunda depoente afirma ter descoberto as injeções antigordura quando já se sentia “desanimada” com as infrutíferas sessões de ginástica. Apesar dos efeitos colaterais causados pelas injeções, os resultados foram compensadores: “com três aplicações a cintura afinou”. A terceira depoente afirma: “fiz de tudo para perder as gordurinhas da cintura”. As técnicas empregadas não lhe proporcionaram o resultado esperado. A satisfação plena veio somente com a lipoaspiração, escolha que



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

lhe consumiu “mais de cinco anos para tomar coragem”. Embora tenha enfrentado “uma recuperação dolorida”, hoje pode vestir “sem medo blusas curtas, roupas justas e calças de cós baixo”.

A matéria é completada pelas fotos de cinco personagens da mídia – a cantora Britney Spears, as modelos Gisele Bündchen e Jada Pinket, a atriz Jennifer Lopez e a apresentadora de televisão Eliana – cujos perfis seriam modelares. Teriam a cintura “de dar inveja”, pois gastariam “horas e horas malhando” e seriam rigorosas com a dieta. O resultado de todo esse esforço seria “um festival de curvas”.

O problema das narrativas da imprensa conselheira consiste numa inadequação qualquer a padrões socialmente estabelecidos, a uma carência de determinados atributos, a uma incapacidade para enfrentar determinadas questões de ordem física ou psicológica, prática ou conceitual, que possuem graus variados de implicações no estado de satisfação. No caso em foco, haveria uma inadequação estética em relação a um padrão de cintura feminina evidenciado fortemente, segundo o texto, no inverno de 2001, época de publicação da matéria. E isso estaria deixando a mulheres “preocupadas”, uma vez que o objetivo seria adequar o corpo à nova silhueta até a chegada do verão.

Os dramas vividos pelas depoentes compõem a narrativa maior sobre a busca de satisfação com a própria forma corporal. A intensidade do estado de insatisfação pode ser aferida nos depoimentos pelos esforços mobilizados e pelo empenho das mulheres em mudar as formas do corpo. Haveria uma determinação de “redesenhar” o corpo, nem que para isso o próprio corpo tenha que ser submetido a processos percebidos como desconfortáveis, dolorosos, agressivos. A primeira depoente incorpora à sua rotina capoeira, danças de intensa movimentação e “muitos exercícios abdominais e oblíquos”, donde se pode inferir uma virtual extenuação do corpo. A segunda depoente toma injeções de substâncias que provocam reações como queimação, coceira e vermelhidão. A terceira enfrenta o medo por cinco anos, submete-se a um lipoaspiração e passa por uma convalescença dolorida. A busca mesma da satisfação geraria estados expressos como de desânimo, incerteza, medo, dor e angústia. O que caracteriza a busca pela satisfação neste caso é a submissão a um dos procedimentos técnicos disponíveis, cuja multiplicidade garantiria a escolha do método de acordo com os graus de envolvimento demandados e de eficácia.

A estrutura problema/solução das narrativas da imprensa conselheira requer uma análise mais detida. Numa leitura mais profunda, emergiriam desse binômio aspectos do que Bruckner (2002) considera o “dever de felicidade”, a ideologia dominante da segunda metade do século XX que imporá a avaliação de todas as esferas da vida “pelo ângulo do prazer e da contrariedade” (p. 16). Nesse sentido, a imprensa conselheira – denominada de “imprensa supostamente frívola” por Bruckner – seria



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

“terrivelmente severa” ao repetir continuamente “imperativos categóricos discretos” que oferecem modelos e fórmulas para alcançar os “seres sublimes”. De acordo com Bruckner, essa imprensa brinca com “medos bastante naturais, como envelhecer, enfeiar, engordar, e não os aplaca senão para melhor revelá-los” (p. 75).

A idéia de mal-estar é a matriz mesma sobre a qual se desenrola a narrativa da imprensa conselheira. A matéria “Dieta para remoçar” (*Veja*, pp. 66-67, 07 de nov. 2001), publicada sob a rubrica “Saúde”, resenha o livro de um médico americano que trata dos efeitos da alimentação sobre a “idade verdadeira”. Apesar de dar um tom de humor às recomendações (“O livro é uma mãe para quem está acostumado a regimes de fome”), a matéria ratifica as orientações, como indicam os dois quadros em que figuram os alimentos que devem ser evitados e os que devem ser consumidos nessa dieta. A alimentação torna-se objeto de uma estrita vigilância em razão dos seus benefícios e malefícios sobre uma concepção de juventude que pode beirar o contra-senso, como indica o título “Cada vez mais jovem” (*Claudia*, pp. 86-89, ago. 2001), matéria sobre várias técnicas rápidas de rejuvenescimento. A aceleração dos efeitos das terapias de rejuvenescimento estão, segundo a matéria, de acordo com a imediatez contemporânea: “na era do *fast-food* e da internet não poderia ser diferente”.

Nessas matérias, o drama de fundo parece ser o significado que a juventude assume na cultura contemporânea. Essa prevalência de uma certa representação da juventude ante as marcas da decadência física é recorrente na imprensa conselheira. A idéia de juventude está relacionada a temas como o corpo (sexo, estética e saúde), comportamento, relacionamentos afetivos, vida prática e sucesso profissional. A manutenção da juventude – o prolongamento, na verdade – figura como uma tarefa ininterrupta. A alimentação, os exercícios físicos, os recursos da medicina, da psicologia, das terapias e o uso de fármacos e cosméticos são constantemente evocados como formas de suplantar a contrariedade com o envelhecimento. Ante a inevitabilidade do envelhecimento, por mais postergado que seja, recorre-se a um “sentimento de juventude”, associado à disposição física, a um comportamento descontraído, à abertura para experiências e à euforia⁷. Nesse sentido, Morin (1987) argumenta que a cultura de massa, com seu imaginário da juventude, constitui, metafisicamente, “um protesto ilimitado contra o mal irremediável da velhice” (p. 157).

⁷ São recorrentes as narrativas sobre a manutenção da juventude. Outros exemplos: “Os cremes para seios funcionam?” (*Claudia*, p. 115, dez. 2001), matéria sobre o enrijecimento dos seios com o uso de cosméticos; “Ataque à careca” (*Playboy*, p. 25, nov. 2001), matéria sobre transplante capilar; “Tratamento de choque” (*Vida*, ano 1, n. 22, 08 mai. 2004), sobre o uso da eletroestimulação no combate a flacidez muscular.



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

Os relacionamentos também são temas das narrativas da imprensa conselheira que registram a busca metódica da satisfação para o descontentamento removível. O relacionamento entre pais e filhos é o tema de “Quem manda aqui?” (*Claudia*, pp. 210-214, nov. 2001). Na matéria, a angústia dos pais em relação a imposição de limites ao comportamento dos filhos é mitigada pela orientação de especialistas, que ajudam a “acertar a dose da bronca”. Vários depoentes relatam o desconforto, as dúvidas, a insegurança e o remorso que os acometem quando reprimem de alguma forma os filhos. As orientações dos especialistas (psicóloga, psicoterapeuta e educadora) relacionadas pela matéria, de fato, são fórmulas tranquilizadoras para os pais. Assentadas sobretudo em teorias psicológicas, as orientações procuram retirar o caráter punitivo e severo de tais medidas que parece assombrar os depoentes. As orientações são no sentido da negociação, da informação, das regras claras, do equilíbrio, da justa medida que reduza o atrito ao mínimo e, de certa forma, garanta a satisfação de pais e filhos.

As fórmulas para a diluição dos desprazeres e perturbações das relações afetivas são correntes nas narrativas da imprensa conselheira, como em “Seu marido tem um filho. E agora?” (*Claudia*, pp. 150-152, dez. 2001). Na reportagem, várias mulheres relatam dramas vividos em virtude da descoberta da existência de filhos do marido com outra mulher concebidos antes ou durante o casamento. A intensidade dos sentimentos envolvidos na situação pode ser avaliada pelo uso de expressões como “duro golpe no equilíbrio e na auto-estima da mulher”, “traição”, “terremoto”, “teste de fogo”, ficar “sem chão” entre outras. Construída a atmosfera do descontentamento, segue-se a solução proposta pelos especialistas sob o intertítulo “Pingo nos is”, que fornece um roteiro de ações que devem ser implementadas a fim de restabelecer o equilíbrio ao menor custo emocional possível para as partes envolvidas. A contrapartida da densidade emocional da situação são procedimentos de assimilação, de configuração tecno-racional (“Para promover o primeiro contato, se não íntimo pelo menos cordial entre a criança e a família do pai, indica-se um território neutro, como um parque ou um restaurante”), de negociação e “jogo de cintura”. O desfecho é conduzido para o equilíbrio, para a satisfação “justa” alcançada graças a procedimentos em que se mesclam discurso psicologizante e senso comum.

O mal-estar nasce também dos embates com os objetos e das tarefas ordinárias a serem desempenhadas no cotidiano contemporâneo. Comprar, guardar e ordenar objetos, desempenhar tarefas consideradas elementares e manejar compromissos pode tornar-se fonte de angústia e de desespero. Escolher um aparelho eletrônico pode criar uma “inquietação”, como adverte a matéria “As alternativas para escolher seu DVD” (*Veja*, pp. 142-143, 05 dez. 2001). Ao consumidor não basta o mais ou menos



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

difuso desejo de posse de um objeto. É preciso orientar-se em meio à crescente variedade de produtos e à maciça quantidade de informação técnica que conduz à satisfação esclarecida da escolha “adequada”. A perplexidade e a ansiedade causadas pelo volume de informações a serem levadas em conta são reduzidas pelas orientações seguras de um “guia”. É imperativo escolher acertadamente e com prazer-se da escolha.

Em “Não empurre pra depois” (*Claudia*, pp. 136-140, set. 2001) são relatados casos de pessoas que têm o hábito de adiar compromissos e tarefas. É oferecido, além de um teste, um receituário para a solução do problema. Intitulado “Um passo de cada vez”, o receituário tem o objetivo de auxiliar a mudança desse hábito, conhecido pelos especialistas como “procrastinação crônica”. Além de mergulhar o indivíduo num estilo de vida caótico, de acordo com um especialista, esse hábito compromete o dia-a-dia e desencadeia “sentimentos como culpa, ansiedade, sensação de fracasso e baixa auto-estima”. Os “passos” da imprensa conselheira conduziram o indivíduo à adequação. Eles preconizam a auto-investigação das causas da procrastinação, a honestidade do indivíduo para consigo mesmo, a concentração, o aprimoramento no cálculo do tempo e o emprego de técnicas de relaxamento para a superação da ansiedade. Para obter o contentamento da aprovação social e o alívio da angústia, cumprindo prazos e tarefas, conforme recomenda o receituário, “é preciso trocar prazeres momentâneos pela recompensa duradoura de alcançar o objetivo”.

A análise permite destacar os contornos dos dois momentos das narrativas da imprensa conselheira. No primeiro momento, os descontentamentos, inadequações, inabilidades, contrariedades são postos em relevo e caracterizados como uma questão isolada, contida em si mesma, que independe de referências externas. Por exemplo, na matéria “20 programas legais para o fim de semana” (*Claudia*, pp. 208-211, set. 2001), são prescritas atividades de lazer “simples” que os pais podem proporcionar aos filhos pequenos a fim de evitar os “arrepios só de imaginar a maratona entre parque de diversão, matinê e shopping” dos finais de semana.

Como presume a matéria, a diversão dos filhos constitui um problema para os pais. O desconforto que os “20 programas legais” propõem amenizar está relacionado a determinada concepção de diversão, explicitada na exortação do subtítulo para que os pais dêem “uma folga ao parque temático da moda, ao zoológico, à lanchonete ou ao shopping”. Divertir-se, nessa situação, é sobretudo dedicar-se a certas práticas de consumo que organizam o tempo livre na contemporaneidade para amplas parcelas dos indivíduos, principalmente nas metrópoles. Tais práticas, no entanto, fazem parte do estilo de vida desses estratos sociais, estando ligadas à organização geral do cotidiano contemporâneo. Essa concepção de



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

diversão que pode angustiar é englobada pela mesma racionalidade que organiza o tempo e o espaço, que afeta obviamente o trabalho e os momentos de folga, e que tem implicações sobre os relacionamentos afetivos em geral.

Na imprensa conselheira, no entanto, o problema é recortado desse contexto mais amplo, sendo apresentado como uma questão de inabilidade. No caso em análise, os pais ignorariam as atividades que podem entreter as crianças. Seria preciso, portanto, fazê-los descobrir que “distrair as crianças pode ser uma tarefa pra lá de divertida”. Em vez de sentir “arrepios” com o percurso imposto pela busca do entretenimento organizado como práticas de consumo, os pais descobririam que preparar as atividades recreativas das crianças “pode ser um programa prazeroso também para os adultos”. Para um problema caracterizado como pontual e virtualmente solúvel, as soluções tornam-se procedimentos tecnicamente estruturados que devem ser adotados para a obtenção da satisfação.

No segundo momento, o desfecho da narrativa de busca da felicidade, são formuladas as soluções. Algumas particularidades dessas soluções podem ser observadas na matéria em análise. A primeira seria a forma de procedimentos tecnicamente estruturados que assumem. As atividades recreativas são primeiramente classificadas em “ao ar livre” e “em casa”. Sob cada uma dessas rubricas estão arroladas e detalhadas dez atividades para serem desenvolvidas nesses ambientes. A primeira atividade “ao ar livre”, por exemplo, denominada “concurso de fotografia”, deve ser executada sob as seguintes instruções: “Chame toda a família e os amigos e defina um tema para ser fotografado. Discuta com as crianças as regras do concurso, uma premiação simbólica e até a montagem de uma exposição em casa mais tarde.” Mantendo o mesmo tom prescritivo, ressaltado pelo uso do modo verbal imperativo, a sétima das atividades “em casa”, nomeada como “mestre-cuca”, é assim detalhada: “O lanche da tarde vai ganhar outro sabor se tiver algo feito pelo seu filho. Busque receitas simples. Que ele possa amassar com a mão ou misturar. As crianças ficam fascinadas ao acompanhar a transformação dos alimentos.”

A ironia que existe nas prescrições para esse caso ressalta a “tecnicidade” da imprensa conselheira. Para fugir à angústia motivada pela recorrência das atividades padronizadas de entretenimento, os pais recorreriam às atividades “mais simples” tecnicamente detalhadas na matéria. Observando as instruções, creditadas a “pais, educadores e recreacionistas”, quem se dispuser a entreter as crianças obterá o sucesso em sua empreitada. As “brincadeiras simples”, em princípio, se oporiam à “incansável busca pelo novo parque ou novo filme”. O que se propõe, contudo, é uma “atividade especial”, um “programa” meticulosamente planejado, pensado em termos de eficácia, orientado por uma



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

racionalidade técnica. Nessas prescrições não parece haver lugar para o aleatório e para o improdutivo, como sugerem a minuciosidade das orientações, por exemplo, da atividade “ao ar livre” intitulada “Observatório”: “Adquira numa livraria um mapa do céu para observar as estrelas com a criança. Incentive-a a identificar as constelações e a descrever outros desenhos que ela vê formados no céu.”

Uma segunda particularidade das prescrições da imprensa conselheira refere-se à quantificação de procedimentos que visam a solucionar o problema inicial. Na matéria tomada como exemplo, há 20 orientações divididas em dois grupos de dez, embora seja afirmado no texto que “a lista de possibilidades é interminável”. A limitação do número de orientações apresentadas, conquanto corresponda a um constrangimento de ordem prática e mesmo lógica – o espaço a ser ocupado no veículo e a potencial impossibilidade de um texto esgotar um assunto –, nas narrativas da imprensa conselheira, ela é a expressão da previsibilidade técnica que orienta o discurso prescritivo. O uso dos números parece proporcionar um universo finito e manuseável no cotidiano e que, portanto, oferece a segurança daquilo que é conhecido ao dar a dimensão da “eficiência” das orientações. Assim, os 20 programas sugeridos na matéria reduzem a angústia da escolha num universo “interminável” de possibilidades. E essa parece ser a função dos modelos e fórmulas: reduzir a aleatoriedade das escolhas⁸.

A idéia de “eficiência”, por sua vez, que o emprego das quantidades propicia às narrativas da imprensa conselheira é exemplificada por matérias como “Cada vez mais jovem” (*Claudia*, pp. 86-89, ago. 2001), cuja chamada no índice anuncia: “tratamentos que renovam a pele em até 24 horas”. No corpo da matéria, um quadro expõe os tratamentos em ordem de consumo de tempo – em um, sete, 15, 30 e 90 dias. Para cada um dos “prazos”, descrevem-se os tratamento, o emprego, as possíveis reações, o custo, corroborados pelo testemunho de uma mulher que já os experimentou⁹.

Outra maneira pela qual os números na imprensa conselheira revelam a eficiência ou o grau de determinado fenômeno são os testes, como o proposto em “Ciúme: esteja preparado quando ele atacar”

⁸ Outros exemplos de quantificação, recurso amplamente utilizado na imprensa conselheira, são os títulos das matérias “40 idéias superlegais para o seu prazer” (*Claudia*, pp. 202-207, out. 2001), “61 atitudes para turbinar sua carreira” (*Você S.A.*, pp. 28-39, jun. 2002), “15 razões para uma mulher dizer não” (*Playboy*, pp. 100-106, nov. 2001) e as chamadas de capa “Os 22 pontos mais eróticos do nosso corpo e... novas maneiras de excitá-los” (*Claudia*, jul. 2001) e “SOS coluna: Cinco técnicas para acabar com a dor” (*Vida*, ano 1, n. 11, 21 fev. 2004).

⁹ São exemplos desse imaginário de “eficiência” as chamadas de capa “Ele vai ser seu! Técnicas 100% garantidas para seduzir os mais diferentes tipos de homem. Escolha o gato-alvo e ...” (*Nova / Cosmopolitan*, dez. 2002) e “Sua agenda para o ano 2000: 15 coisas que você precisa fazer nos próximos doze meses para que sua carreira chegue ao final do ano melhor do que quando começou” (*Você S.A.*, jan. 2000). Essa idéia de eficiência é sintetizada em construções como o título e o subtítulo “Beleza a jato: Os novos cosméticos com múltiplas funções são perfeitos para quem não tem tempo a perder. (...)” (*Claudia*, pp. 90-92, ago. 2001).



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

(*Playboy*, pp. 72-76, out. 2001). No “Jogo da verdade”, um teste de “intensidade” do ciúme, a cada resposta se atribui um peso. Os pesos das respostas do leitor são somados e, dependendo da faixa em que o valor esteja compreendido, o ciúme é classificado em “excessivo”, “intenso”, “moderado” e “positivo”. Segue a cada uma das classes uma interpretação e conselhos.

O imaginário da satisfação da imprensa conselheira parece, portanto, ser conformado pela idéia de tecnicidade que se expressa em termos de cálculo, precisão, eficácia/eficiência e controle. O mal-estar difuso que se manifestaria em diferentes aspectos da existência encontraria seu alívio na seqüência de fórmulas assentadas em imperativos categóricos e na previsibilidade do discurso científico.

Para os desconfortos advindos de um funcionamento irregular do organismo, por exemplo, o alívio está preconizado numa lista de procedimentos, de “técnicas e tratamentos modernos”, como os descritos na matéria “Deite... e durma bem!” (*Claudia*, pp. 120-123, dez. 2001). Além da descrição de alguns distúrbios do sono e da indicação do tratamento para cada caso e do testemunho de mulheres que “voltaram a dormir”, a matéria oferece sob o título de “Tudo por uma noite feliz” uma lista de procedimentos que garantiriam “um sono reparador”.

A busca metódica pelo bem-estar na imprensa conselheira afeta também domínios da vida como o uso cotidiano do dinheiro. As agruras financeiras por que pode estar passando o leitor, afirma o texto de “Adote o orçamento” (*Claudia*, pp. 178-179, set. 2001), nem sempre são resolvidas com o aumento dos rendimentos: “muitas vezes o problema é simplesmente a administração das contas”. A elaboração de um orçamento e o acompanhamento escrupuloso dos gastos pode, além de gerar uma economia, permitir “programar-se para comprar um carro novo ou fazer uma bela viagem”. De uma hipotética situação de desequilíbrio entre os ganhos e os gastos, a adoção do orçamento pode fazer surgir um excedente que se destinaria ao consumo.

O que interessa à análise é, principalmente, o caráter “técnico” de obtenção do contentamento enfatizado nos dois casos acima. Ter um período de sono regular, logo corresponder a um determinado padrão de funcionamento orgânico, ou ter as contas equilibradas, o que significa manter-se cooperativamente no mercado consumidor, torna-se uma questão de seguir procedimentos racionalmente elaborados. Diante das ameaças do próprio corpo e do sistema econômico – sobre as quais o indivíduo detém controle limitado, o que as torna, portanto, potenciais fontes de angústia, descontentamento,



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

desprazer, contrariedade ou mal-estar –, com menores ou maiores implicações na vida pessoal, prescreve-se um método de construção da satisfação¹⁰.

As promessas de felicidade podem ser declaradas ou veladas. Em “Orgasmos múltiplos” (*Claudia*, pp. 136-137, nov. 2001), seis mulheres descrevem o que sentem durante o clímax sexual feminino e uma ginecologista o define em termos fisiológicos. O mal-estar é aí construído pela possível diferença entre as experiências relatadas e a de uma hipotética leitora. Sob o título “Não chegou lá?”, estão relacionadas as orientações que dissolveriam as angústias, “dicas” de uma terapeuta sexual que “podem ajudar quem sente dificuldades de atingir o clímax – ou nunca conseguiu”.

Da mesma maneira, numa situação, em princípio, menos evidente de condução a estados de satisfação, a matéria “Hora de decidir” (*Veja*, p. 133, 04 de jul. 2001) trata de como os testes vocacionais ajudam os jovens a escolher a profissão. O mal-estar a ser solucionado é “o medo de tomar uma decisão errada” no momento da escolha. Na imprensa conselheira, essa é uma questão contornável, como indicam as revistas de aconselhamento dedicadas a aspirantes e a profissionais¹¹. A satisfação das expectativas pode estar na escolha da profissão bem conduzida pelas orientações, no caso em foco, de especialistas que indicam “os caminhos a evitar” nesse momento.

Não há nesses exemplos uma promessa explícita de satisfação, mas há uma oferta sutil de modelos de adequação. No primeiro caso, de comportamento sexual; no segundo, de correspondência às expectativas sociais do universo da produção e do consumo. Ambos são atravessados pelo imaginário da felicidade tecnicamente construída. O orgasmo ou a escolha profissional, no imaginário da imprensa conselheira, não são experiências ordinárias dos indivíduos sujeitas à contrariedade; são ocorrências das quais se deve obter o máximo de prazer e satisfação pelo emprego de procedimentos de ordem tecno-racionais.

O estado de satisfação a que conduziriam as fórmulas oferecidas pela imprensa conselheira, embora suponha a liberdade de escolha, é a expressão de uma obrigatoriedade. No imaginário da

¹⁰ Não há dúvidas de que a dificuldade econômica tem profundas implicações na vida pessoal. No universo da imprensa conselheira, o que é retratado diz respeito a um determinado segmento social a que se pode chamar genericamente de classe média. Seria para esse segmento que se destinariam os conselhos como os da matéria em foco ou o plano de recuperação modelar elaborado para uma família na matéria “Caos financeiro” (*Você S.A.*, pp.100-105, abr. 2001). Nesta última, o subtítulo sentenciava: “Sérgio e Izilda estão seriamente endividados. Só há uma saída: cortar drasticamente as despesas”.

¹¹ A matéria “Que rumo eu tomo?” (*Você S.A.*, pp. 68-71, mai. 2000), por exemplo, trata dos “caminhos” que os profissionais (executivos, bem entendido) podem escolher para suas carreiras, além de estabelecer-se numa grande empresa. A idéia de obter satisfação no mundo do trabalho é assim explicitada: “Se até pouco anos atrás as chances de sucesso e satisfação para os profissionais fora das grandes organizações eram mínimas, hoje isso já não vale mais.”



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

imprensa conselheira, o mal-estar é solúvel, e sua solução significa instalar-se no pólo oposto de qualquer que seja o motivo do descontentamento, não havendo ponto intermediário. A superação do problema é, necessariamente, a instauração da satisfação. Não se opta por manter o mal-estar, mas deve-se escolher o procedimento que levará ao seu alívio.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AUCLAIR, Georges. *Le Mana quotidien – structures et fonctions de la chronique des faits-divers*. 2. ed. Paris: Anthropos, 1982.
- BARTHES, Roland. Estrutura da notícia. In: *Crítica e verdade*. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BIRD, S. Elizabeth & DARDENNE, Robert W. Mito, registo e “estórias”: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, 1993.
- BOSI, Ecléa. *Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 1996.
- BRUCKNER, Pascal. *A euforia perpétua: ensaio sobre o dever de felicidade*. 2. ed. Rio de Janeiro: Difel, 2002.
- BUITONI, Dulcília Schroeder. *A imprensa feminina*. 2.ed. São Paulo: Ática, 1990.
- FREUD, Sigmund. *O mal-estar na civilização*. Rio de Janeiro: Imago, 1997.
- GIANNETTI, Eduardo. *Felicidade*. São Paulo: Cia das Letras, 2003.
- HELAL, Ronaldo. Mídia, construção da derrota e o mito do herói. In: HELAL, Ronaldo, SOARES, Antônio Jorge & LOVISOLO, Hugo. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001.
- LASCH, Christopher. *O mínimo eu: sobrevivência psíquica em tempos difíceis*. 4. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- LIPOVETSKI, Gilles. *A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Relógio D'Água, 1989.
- MISRAHI, Robert. *A felicidade: ensaio sobre a alegria*. Rio de Janeiro: Difel, 2001.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX. Neurose*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1987.
- ROUANET, Sérgio Paulo. Mal-estar na modernidade. In: *Mal-estar na modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- RUSSEL, Bertrand. *A conquista da felicidade*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.



SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA
COMUNICAÇÃO
UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



**X Simpósio de Pesquisa em Comunicação da Região Sudeste - SIPEC
Rio de Janeiro, 7 e 8 de dezembro de 2004**

VAN DEN HAAG, Ernest. Da felicidade e do desespero não temos medida. In: ROSENBERG, Bernard & WHITE, David Manning (orgs.). *Cultura de Massa: as artes populares nos Estados Unidos*. São Paulo: Cultrix, 1973.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Veja, 1993.

WHITE, Hayden. As ficções da representação factual. In: *Trópicos do discurso: ensaios sobre a crítica da cultura*. São Paulo: Edusp, 1994.