

TELEVISÃO, PARENTALIDADE E CO-EDUCAÇÃO FAMILIAR DOS GÊNEROS: UMA ANÁLISE DO REALITY SHOW DE ACONSELHAMENTO SUPERNANNY

Senyra Martins Cavalcanti (UEPB)

senyra@hotmail.com

Influenciados pelo modelo econômico neoliberal que prega a livre iniciativa individual, os indivíduos buscam melhorar tanto quanto possível as suas vidas, segundo a premissa de que somos os empreendedores de nossas próprias vidas e qualquer mudança nelas será feita a partir de escolhas e ações pessoais. Mudar ou não mudar seu estilo de vida é transformado em uma escolha pessoal, sem o envolvimento de questões mais amplas, como por exemplos, o modelo econômico do país, as relações sociais e os contextos culturais em que estão inseridos. É nesse quadro de defesa da livre iniciativa individual que *realities shows* de aconselhamentos pessoais se ofertam ao público como parte dessa estratégia de melhoria no estilo de vida. Os tipos de programas são os mais diversos: reformas na decoração da casa, incremento da vida sexual do casal, cuidado com os filhos, mudanças no jeito de vestir, etc. Invariavelmente, estes programas propõem apoiar pessoas e/ou suas famílias mediante estratégias-receitas de mudança comportamental, que, por sua vez, resultaria em mudança no estilo de vida. Dentre esses *realities shows* de aconselhamento pessoal, iremos analisar o *reality show Supernanny*. O *corpus* de análise foi formado pelos 13 episódios da primeira temporada do programa, totalizando 610 minutos de gravação. O *reality show Supernanny* é uma versão brasileira de um programa produzido originalmente na Inglaterra. Cada episódio tem em média 45 minutos e aborda uma família. As famílias selecionadas são de classe média, nucleares, formadas por casal heterossexual, classe média urbana, com faixa de idade entre 24-48 anos, com filhos naturais. O discurso do *reality show* pega emprestado elementos dos outros discursos que circulam a respeito de cidadania, parentalidade, etc., ao mesmo tempo em que criam um discurso próprio mais afinado com essa tendência de mercado atual de aconselhamentos pessoais individuais via

televisão àqueles que vivem em cidades globalmente conectadas. O mesmo programa que passa no sul da Califórnia é transmitido para outras cidades do mundo. Mesmo quando fazemos nossa própria versão do programa, ela segue o modelo original. A versão original da *supernanny* da BBC é a mesma da versão brasileira. Mesmo o contexto sócio-econômico e cultural de cada família não implica em alterações à fórmula original do programa. Podemos comparar por analogia a uma *franchising*. O programa franqueado deve ser executado segundo um roteiro bem definido de atividades que torna a marca *supernanny* bem identificável. A Nanny Chris Poli, uma ex-atriz, é identificada com o termo vago de “especialista em educação”. Os episódios dos programas estão estruturados em: observação da rotina familiar; confronto da *Nanny* com os pais para a identificação das dificuldades encontradas; apresentação de uma agenda diária para a família; distribuição de placas pela casa sinalizando as novas regras; padronização da disciplina e o uso de “métodos”. Todo o cotidiano familiar é filmado e comentado pela *Nanny*. A oferta de imagens didaticamente organizadas e de orientações visuais padronizadas para os pais melhorarem sua dinâmica familiar são fatores marcantes no RS. Baudrillard (2001) chama a atenção para que as fronteiras entre imagem e realidade aparecem borradas para o assistente. Nessa linha, as imagens mostradas no programa buscam um ar de familiaridade, apoio e acolhimento da família em que a *Nanny* aparece como socorro, salvação das famílias. Essa experiência de aprendizado pela imagem é válida ou verificaríamos aí uma nova forma de alienação? Na estruturação do programa, podemos identificar que o tipo de admoestação dada nas transgressões não são diferenciados de acordo com o sexo da criança e a agenda diária é para a família. Entretanto, percebe-se a dissimetria de gênero: pelo reforço aos brinquedos e brincadeiras diferenciadas; pela decoração dos quartos reforçando os símbolos de feminilidade e masculinidade canonizados; pelo vestuário das crianças seguindo os referenciais do que é próprio para os sexos; pela atribuição de tarefas diferenciadas às mães e aos pais pela *Nanny*, dentre outros, reforçando os modelos mais tradicionais de educação dos gêneros. A resposta à pergunta: “Como criar bem os meus filhos?”, passa pela necessidade de seguir corretamente as estratégias fornecidas pela *Nanny* no dia a dia. A promessa de construção de uma família calma, integrada e harmônica dentro de cada lar, só

poderá ser atingida pelo desenvolvimento de talentos e habilidades não presentes anteriormente à intervenção da *Nanny*. Analisando as sociedades na modernidade avançada, Giddens (1997) nos fala em *destraditionalização*, na qual as formas pré-existentes de fazer as coisas tornam-se menos seguras, pouco confiáveis. Em oposição a esse processo identificado por Giddens, o RS *supernanny* enfatiza que as formas de fazer as coisas das gerações anteriores são mais seguras e eficazes, dentre elas a organização familiar (modelo monoparental) e a criação dos pequenos (educação diferenciada de acordo com o sexo biológico da criança). Não há perspectivas de extensão a comunidade circundante ou ao conjunto da sociedade das orientações ofertadas. Não há sociedade, apenas indivíduos e suas famílias e, mesmo nelas, a família nuclear que reside em uma unidade doméstica. Consideramos que não é incomum esse tipo de perspectiva, sobretudo se observarmos que nos encontramos no início de um século que não carregou consigo os grandes ideais coletivos do anterior. Com o enfraquecimento da esfera pública como campo de ação social e reivindicações coletivas, as famílias voltam-se para estratégias mais individualizadas de ação. A fragilidade dos pontos de referência do presente (instituições sociais como a escola, as políticas públicas para a infância, etc.) pode vir a gerar um sentimento de desconfiança no futuro, levando os pais a visualizarem o núcleo familiar como o foco da ação. É nesse quadro que o RS apresenta-se como um entretenimento útil às famílias brasileiras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUDRILLARD, J. *A ilusão vital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

BAUMAN, Z. *Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

———. *Vida líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

———. *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

———. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

CAVALCANTI, S. M.; MELO, R. A. de. O *Reality Show* “*Supernanny*”: a educação infantil na lógica da polícia da família. In: CONFERÊNCIA INTERNACIONAL DO GT DE SOCIOLOGIA DA EDUCAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO INTERNACIONAL DE SOCIOLOGIA – Educação, Globalização e Cidadania: Novas Perspectivas da Sociologia da Educação, João Pessoa, 2008.

ELLIOTT, A.; LEMERT, C. *The new individualism: the emotional costs of globalization*. London: New York: Routledge, 2006.

GIDDENS, A. Risco, confiança, reflexividade. In: BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: EdUNESP, 1997. (Biblioteca Básica) (p. 219-234)

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

SBT. *SuperNanny*. Disponível em: <www.sbt.com.br/supernanny>. Acesso em: 13 de Dez. de 2007.

SIBILIA, P. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2008.

SUPERNANNY. Direção: Ricardo Perez. Produção: Adriana Cechetti. Intérprete: Cris Poli. São Paulo: SBT, 2006. 3 DVDs (610 min) com 13 episódios e 1 *Making off*, colorido. Baseado no Programa “*Super Nanny*”, produção da Ricochet Limited, Inglaterra.