

Hiperestímulo, gozo e tédio: A galera Fanta versus *Playless* no adverggame “Salvando a fonte”

Jordana Falcão Tavares*

Raimundo Martins

Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-graduação em Arte e Cultura Visual, Brasil

RESUMO

Este artigo é parte da pesquisa de doutorado que discute a noção de juventude representada pelo adverggame “Salvando a fonte”, desenvolvido para marca de refrigerante Fanta. O jogo conta a história de uma cidade fantástica onde um relógio marca a hora para a diversão começar, mas o relógio quebrou e todo o divertimento está ameaçado. Os personagens – galera Fanta – convidam o público para jogar e assim recuperar a ordem do lugar e trazer alegria de volta às pessoas que foram afetadas pelo problema os playless. A análise do jogo e sua narrativa tem como foco o hiper estímulo conforme Singer [16] o relógio como símbolo do imperativo do gozo, tratado por La Taille [11] e os playless como representações das angústias vivenciadas pelos jovens frente ao cenário contemporâneo, de acordo com Kehl [10] e Sibilia [13][14].

Palavras-chave: Hiperestímulo, tédio, *adverggames*, Salvando a fonte.

ABSTRACT

This article is part of a doctoral research that debates the youth notion represented in the adverggame “Saving the source”, developed by Fanta. This game tells the history of Utopia, a fantastic city where a clock tower marks the time to have fun, but the clock is broken and the joy is threatened. The characters – team Fanta – invite the public to play games and recover the place’s order and the happiness for those who were affected by the problem – the playless. I analyse this adverggame and its discourse about hiper excitement, according to Singer [16], the clock tower as a symbol of enjoyment imperative, according to La Taille [11] and the playless as a representation for the youth anguish in the contemporary scenario, according to Kehl [10] and Sibilia [13][14].

Keywords Hiper stimulation, boredom, *adverggames*, Savind the source

1 INTRODUÇÃO

“Salvando a fonte” é o nome do *adverggame* – jogo desenvolvido para uma ação comercial – criado para a marca de refrigerantes Fanta como parte da campanha publicitária Mais Fanta, mais diversão. Cartazes impressos, propagandas de trinta segundos veiculadas na TV e internet, além de um site compõe a campanha que tem por protagonistas jovens personagens virtuais, a galera Fanta. Os nove membros da galera Fanta são jovens criados para representar os consumidores do produto. Adoram tecnologias – videogame, celular etc – esporte, estilo, amizades, namoro e sobretudo diversão. Entre 2012 e 2014 o site do produto ofereceu aos internautas acesso a um espaço virtual (figura 1) em que era possível conhecer a galera Fanta das peças publicitárias e todo o

ambiente ficcional criado pela marca. Ali havia um *comic book*, ou história em quadrinhos, que detalhava a narrativa: a torre do relógio localizado em Utopia era o ponto de encontro dos jovens e marcava a hora da diversão começar, mas o relógio quebrou e agora todos estavam ameaçados pela falta de diversão. Quem era afetado pelo problema perdia o entusiasmo e a alegria, tornava-se apático e sem cor, sendo chamado de *playless*.

Preocupada, a galera Fanta (figura 2) pretende reverter a situação e convida jogadores a resolver o problema enfrentando os desafios dos jogos (figura 3). Cinco ambientes estavam à disposição dos jogadores: Utopia, onde moravam alguns personagens e era equipada com vários espaços de lazer, como praia, parque, cinema, pista de skate etc; a Cidade, arruinada pelo fim da diversão, a Casa do Todd, líder da galera Fanta, a Floresta e a Cachoeira, origens da bebida.



Figura 1: Site Salvando a Fonte



Figura 2: Galera Fanta

*e-mail: falecomjordana@gmail.com

A narrativa criada por Fanta permite fazer uma análise sobre a juventude contemporânea e sua relação com o excesso de informação a que está exposta, além de ser contada por meio de linguagens – jogos eletrônicos, internet e histórias em quadrinhos – familiares aos jovens de hoje. Permite ainda analisar a reação de choque, sobrecarga, apatia ou tédio diante dessa situação, no jogo representada pelos *playless*. Assim, para estabelecer tais paralelos, apresentamos a seguir a configuração da juventude tal como a entendemos hoje e os conceitos de hiper estímulo, imperativo do gozo e tédio em sua relação com o jogo apresentado.



Figura 3: Página de entrada do jogo Hover Board Rider

2 JUVENTUDE: DA INVENÇÃO DO CONCEITO ATÉ UM ESTADO DE ESPÍRITO

Em 2015, a soma de homens e mulheres de todo o mundo com menos de 24 anos chegou a 42,4%. Enquanto isso, pessoas com idades entre 25 e 54 anos somaram 40,7% e as com mais de 55 anos, 16,8% [9]. Para além de sua impressionante expressividade numérica – mais de 3 bilhões de pessoas – a parcela jovem da população mundial tem se destacado em importância. A geração nascida a partir dos anos 1990 é filha de um momento histórico efervescente em mudanças sociais, sobretudo motivadas por avanços tecnológicos. Talvez apenas a industrialização e a modernidade tenham operado alterações sociais mais profundas do que as atuais e que permitiram a configuração em que vivemos.

A noção de juventude, entretanto, nem sempre foi sólida. Trata-se de uma construção cultural e teve início pela diferenciação entre crianças e adultos. O historiador Philippe Ariès [2] retorna à idade média para constatar que somente com o avanço do cristianismo as crianças ganharam importância na vida familiar. Ele acredita inclusive que a valorização da infância aconteceu precocemente se considerarmos que as condições sanitárias e higiênicas concorriam para altas taxas de mortalidade infantil. Era comum que muitos recém-nascidos nem chegassem aos sete anos de idade e sua morte era um acontecimento quase banal. A instituição do batismo passou a conferir relevância religiosa e consequentemente familiar às crianças. A infância, entretanto, não era considerada um período relacionado à idade, mas à dependência do indivíduo em relação à família. Assim, aos 20 anos um jovem era chamado de criança se ainda não tivesse autonomia financeira, por exemplo.

Por volta do século 14, conta Ariès [2], teve início uma reforma moral e pedagógica em nome da modernidade em curso. Por essa época os colégios deixaram de ser instituições de formação de clérigos e passaram a ser instituições educacionais. O período de preparação intelectual e profissional vivido na escola equivalia à infância e juventude. Sibilia [13] atesta que tanto a infância quanto a escola são produto da modernidade: “para que houvesse

escola, tinha que haver crianças; por isso diante da necessidade histórica de realizar o projeto modernizador anunciado pelas O exército garantiu seu papel na conformação juvenil a partir da obrigatoriedade do serviço militar – instituída com a Revolução Francesa. A convivência dos rapazes com outros da mesma idade e origens diversas desenvolveu a consciência de geração. Por fim, a industrialização remodelou o mundo laboral ao requisitar mais preparação técnica. Muitas crianças que compunham parte da mão de obra foram dispensadas e os jovens foram obrigados a voltar para sala de aula em busca de profissionalização. Com a necessidade de mais tempo de formação sob a tutela dos pais, dá-se o “descobrimto” dos **adolescentes** na primeira metade do século XX. É por essa época também que o conceito se democratiza abarcando pela primeira vez mulheres e se estendendo para classes operárias e zonas rurais [6].

Campos [4] soma a tais mudanças a importância crescente dada ao tempo e ao espaço destinados às atividades não produtivas apelidada de *revolução dos tempos livres*. O tempo que essa geração não dedicava ao trabalho era usado para promover e compartilhar outras experiências – como estudos, música, esporte, lazer, por exemplo – o que acabou sendo importante como “recurso para a definição das identidades sociais e construção de estilos de vida, convertendo-se num campo de investimento afetivo, econômico ou simbólico”.

A marcha adolescente é barrada, contudo, pela eclosão das grandes guerras. Os homens na linha de frente e as mulheres na retaguarda sofreram perdas e traumas que acabaram por comprometer hábitos juvenis de todas as classes sociais. Foi como se a juventude tivesse sido roubada. Por outro lado, participar desses feitos significou uma experiência de liberdade e maturidade dado o compromisso social que cumpriram. Seu protagonismo lhes garantia o direito de serem tratados como adultos.

No pós-guerra o caminho estava aberto. Para Feixa [6], cinco reconfigurações permitiram que na metade final do século XX a juvenildade ganhasse destaque na sociedade. O crescimento econômico e o estado de bem-estar social privilegiaram os jovens incrementando seu **poder de compra**, além de oferecer possibilidades de formação, tempo livre e serviços específicos. Com mais dinheiro e tempo, os jovens promoveram o **enfraquecimento da autoridade** familiar e outras formas de controle, tomando, ainda que precariamente, as rédeas da própria vida. O mercado percebeu aí uma oportunidade e segmentou o consumo produzindo conteúdo e produtos destinados a esse público – tais como moda, lugares de ócio etc -, o **teenager marketing**. A comunicação de massa reiterou essa ideia legitimando a **representação de uma cultura juvenil** em filmes e músicas, por exemplo. Com isso os jovens passaram a identificar-se mais com seus pares etários do que com membros de classes ou etnias. Essa geração vivenciou ainda a crise do puritanismo e a **revolução sexual** proporcionada pelos anticoncepcionais, o que permitiu relações afetivas outras além do casamento.

Assim como o avanço do cristianismo concorreu para o nascimento da infância na Idade Média, a expansão econômica do pós-guerra e suas consequências – impactando inclusive valores morais – foram determinantes para a consolidação da juventude. Entretanto, o final do século XX trouxe novidades que mais uma vez ressignificaram o que é ser jovem.

3 SOCIEDADE DISCIPLINAR, SOCIEDADE DE CONTROLE E JUVENTUDE CONTEMPORÂNEA

A nova ordem social do pós-guerra produziu uma dilatação da adolescência. Os jovens já não contavam com fortes referências

como a autoridade parental ou mesmo estatal, por outro lado, tinham suas expressões próprias de lazer, afetos, estilo etc. Assim, o jovem indivíduo ganhou autonomia, expressividade e passou a costurar identidades:

“Século XXI, tempo de atrativos tecnológico e de busca desenfreada de bens de consumo. A oferta é constante, mas nada é suficiente. Calligaris (2000) afirma que crianças e adolescentes aprendem que há duas qualidades subjetivas para ser reconhecido e valorizado na sociedade atual: é necessário ser desejável e invejável. Birman (2006) considera que existe na atualidade um alongamento da adolescência, que hoje começa mais cedo do que outrora e que se prolonga pelo período anteriormente denominado de idade adulta. A contemporaneidade tem como marcas a dissolução de certezas e um estado de desamparo coletivo que implicam uma experiência complexa e plural de adolecer” [8].

As culturas juvenis tornaram-se “um dos fenômenos mais característicos da nossa história recente” [4]. Vale destacar o uso do plural, pois em comparação às outras gerações, o conceito de juventude é homogêneo, tal como não é unívoca uma ideia sobre velhice ou infância, já os conjuntos sociais a que esses conceitos se aplicam é heterogêneo [4]. Assim é preciso ter em mente que não há um só modelo de ser jovem:

“Se por um lado existe uma ideia relativamente comum e uniforme sobre jovem, com a qual todos os que se incluem nesta fase etária se identificam minimamente, por outro lado, deparamo-nos com uma série de variações, ramificações de um tronco comum, que marcam fronteiras estruturais, simbólicas, econômicas, sociais, culturais, étnicas ou de gênero entre os diferentes jovens e os grupos com que se identificam” [4].

O século XX ainda não parece um passado distante quando nem chegamos ao final da segunda década do século seguinte. Mas as renovações tecnológicas que se popularizavam por volta dos anos 1990 marcaram as gerações nascidas a partir daí de forma definitiva. A era do computador de mesa da família com acesso discado a internet transformou-se rapidamente no tempo da conexão à rede quase ubíqua por meio de aparelhos celulares estritamente pessoais.

Sibilia [14] reflete sobre a geração *screenager* – nascidos a partir dos anos 1980 e extremamente familiarizados com telas de televisão, videogames, computador e celular [1] - tendo a certeza de que as mudanças trazidas pelas tecnologias incidem sobre várias instâncias de sua vida, inclusive sobre sua organicidade: “Hoje proliferam outros modos de ser e de narrar o que somos: novas definições de vida, dos corpos e das subjetividades, em sintonia com as mudanças ocorridas no campo tecnocientífico e em todos os fatores que contribuem para alimentá-lo”.

Pautada por Deleuze, a autora reflete sobre juventude a partir da lógica da sociedade de controle. Constituída na contemporaneidade, a sociedade de controle suplanta a sociedade disciplinar configurada com a emergência da modernidade. Com a sociedade disciplinar “a vida humana tornou-se alicerce dessa nova tecnologia de poder” [15].

Ao mesmo tempo em que a existência do sujeito individualizado era compreendida, sua vida era adequada às demandas da industrialização em marcha. Com a modernidade, a queda das monarquias e a consolidação do modelo burguês, crescia a necessidade de um poder que agisse sobre os corpos, não para destruí-los, mas, para torná-los dóceis e úteis, produtivos. Isso dependia da intromissão de valores que justificassem a necessidade de uma ordem para um progresso incessante [12].

Da arquitetura panóptica ao gerenciamento do tempo, da etiqueta social à regulação da sexualidade, os mecanismos de vigilância da sociedade disciplinar impunha identidades fixas aos

sujeitos, modelavam as pessoas segundo regras, tornavam os indivíduos dóceis e produtivos para interesses econômicos e políticos [14].

Entretanto, a lógica industrial dá lugar à lógica capitalista financeira ou empresarial. Com isso, a individualização perde centralidade em nome da escala global, do entendimento de padrões populacionais como fatias de mercado. O sujeito moldado perdeu lugar para o modulado, capaz de escolher segundo contingências a que ideologias e identidades se filiar e responsável por tais escolhas. Então a sociedade se reconfigura a partir do controle.

Bauman (2011) e Canclini [5] concordam que a sociedade disciplinar composta por trabalhadores transformou-se em uma sociedade de consumidores, em que consumir equivale a existir. Sibilia [14], inspirada por Deleuze, adjetiva tal existência como a de consumidores controlados. Isso por que aparelhos teleinformáticos conectam os sujeitos virtualmente a tudo. Para Silva [15] “Os homens modulados são os produtos típicos da ‘sociedade multirrede’, reitora das formas de consumo liberalizante, tecnológico e mercadológico”. Toda e qualquer ação por meio de computadores que fazemos são controladas, servindo de banco de dados para empresas.

Junte-se a isso que a lógica capitalista pós-moderna (ou contemporânea) lançou ao desuso o conceito moderno de propriedade, por exemplo, já que “é uma instituição lenta demais para se ajustar à nova velocidade da nossa cultura” [14]. Assim também foi desgastada a estabilidade das identidades dando lugar à fluidez da lógica da identificação [4]. Se a organização social em que estamos inseridos está pautada pelo consumo, mais vantajoso é que o mercado possa atender a vários interesses ao invés de uma só demanda:

Na sociedade, a permissividade de certa flexibilidade de ação para os indivíduos é componente que alimenta o sistema. Neste momento de intensa flexibilidade, as massas tornam-se amostras, dados, mercados que precisam ser rastreados, cartografados e analisados para que padrões de comportamento possam ser percebidos [12].

Ser jovem hoje é, por tanto, estar inserido em uma sociedade cujos fluxos financeiros são virtuais, os mercados são alimentados por informações fornecidas voluntariamente pelos próprios consumidores como nós de redes sociais *on line*, e em que as subjetividades são exteriorizadas por meio de símbolos. Esses fatores implicam na associação de ideologias a estéticas consumíveis: o estilo de que fala Hebdige [4] referindo-se aos jovens.

A identificação das identidades socioculturais dos jovens é realizada em grande medida, à custa da ostentação e manipulação simbólica dos tênis Adidas ou Nike, das calças Levis, da MTV, da Shakira, dos Arcade Fire, dos piercings ou dos fanzines, independente do local do mundo onde tem origem como objeto ou mito coletivo.

O apelo e o acesso à juventude são reforçados pelos *mass media*. Por meio do consumo é possível afiliar-se a uma ideia de juventude, independente da faixa etária. Como disse Kehl [10] ela é só um estado de espírito que externamos.

4 IMPERATIVO DO GOZO, TÉDIO E HIPERESTÍMULO

A narrativa que conduz Salvando a fonte é baseada no desaparecimento da diversão. Como já descrito, o relógio em que marca a hora certa para que a diversão tenha início quebrou (figura 4) e agora todo o ambiente corre o risco de cair na apatia e na falta de alegria se nada for feito. Como explica Sibilia [14], o relógio teve origem nos mosteiros medievais e, com a

industrialização, foi adaptado para regular a vida diária e otimizar a produtividade nos locais de trabalho. Ao associar a torre do relógio ao divertimento, o jogo subverte a lógica capitalista industrial substituindo o compromisso com o trabalho pela recreação. Essa primeira impressão revela que, de acordo com Fanta, seria perfeito transformar o tempo de produção em momento compulsório de lazer.



Figura 4: Galera Fanta junto ao relógio que marca a hora da diversão começar em Utopia.

É em Utopia, onde se passa a história, que moram os integrantes da “galera Fanta”. O lugar é composto por vários espaços de lazer, como estádio de futebol, parque de diversões, fliperama, pista de skate, quadra de esporte e praia, além de casas e prédios. Com tantas estruturas de lazer, a cidade parece projetada para a sociabilidade, aspecto importante para o desenvolvimento juvenil. Segundo Brenner, Dayrell e Carrano [3], o tempo livre, a diversão e a interação corroboram para a construção de identidades entre os jovens, inclusive coletivas. Essas formas *descomprometidas* (atividades de lazer) possuem uma grande efetividade social para o estabelecimento de valores, conhecimentos e identidades. No espaço-tempo do lazer, os jovens consolidam relacionamentos, consomem e (re)significam produtos culturais, geram fruição, sentidos estéticos e processos de identificação cultural.

Em sua análise sobre a cultura do lazer e do tempo livre no país, os pesquisadores [3] revelam, contudo, que a maior parte das cidades brasileiras não oferece espaços para o convívio dos jovens. Assim, aparece a primeira discrepância entre a representação feita pelo jogo e o público jovem que ele deseja atingir.

Fazem parte do cenário ainda a Floresta das frutas e a Cachoeira. Ambas são opções de curtir a natureza disponíveis no jogo, já que nelas há fases relacionadas à busca da diversão. Entretanto, as interações concentram-se mesmo sobre o espaço urbano acompanhando os dados que indicam a concentração de jovens nas áreas urbanas é de 81% [7] e ainda sua preferência por atividades eletrônicas, como apontamos até aqui.

Reiterando o destaque dado à diversão, a casa do Todd se sobressai como parte do ambiente do jogo. O espaço, assim como Utopia, é projetado para o entretenimento formado por duas salas, cozinha, quarto, espaço de jogos, garagem, piscina e uma pista de corrida. É importante assinalar a presença de vários apetrechos destinados à distração, como TVs, aparelhos de som, jogos estilo *pinball* e mesa de ping pong numa sala de jogos, bicicleta e equipamentos para customizar veículos na garagem. Mais uma

vez, bens de consumo são utilizados para oferecer uma vinculação identitária ao personagem associando-o à ideia de juventude.

Embora o ambiente apresente vários personagens, espaços e situações, uma lacuna pode ser sentida: as figuras de autoridade. No site dos jogos de Fanta, não há menções a família ou escola. Apenas um adulto aparece, o guardião do relógio, que precisa da ajuda dos jovens para resolver o problema. Sua única aparição se resume ao *comic book*, depois que a galera Fanta consertou o relógio. Ele comemora a conquista e olha com nostalgia para sua própria foto quando tinha a idade dos jovens que salvaram o jogo (figura 5)



Figura 5: Guardiã comemora o fim da falta de alegria

A falta de autoridades e o convite ao divertimento agem em favor do imperativo do gozo. Pela perspectiva da psicanalista Maria Rita Kehl no consultório, para a juventude sem tutoria, tem sido angustiante – e não prazeroso – ser colocado no centro da sociedade. Segundo ela, o imperativo do gozo que pressupõe intensa vida social, relações afetivas, consumo, divertimento etc. faz parte dos jovens tentarem escapar da adolescência por medo de não corresponderem aos ideais que lhes são impostos. Por outro lado, ninguém quer crescer, pois “como ingressar no mundo adulto onde nenhum adulto quer viver?” [10]. Se os adultos perseguem o ideal de juventude e deixam de definir referências ou limites para os jovens, a “vaga de ‘adulto’, na nossa cultura, está desocupada” [10]. O que parece liberdade termina em omissão por deixar os adolescentes desamparados. E essa lacuna de valores e transmissão de experiências pode ser ocupada por “razões de mercado” [10] ou serem pautadas pelas representações midiáticas. Antagônica à Utopia, existe a Cidade. Outro centro urbano que aparece na base da tela e é ou bem menor que aquela ou um recorte de mapa. Os prédios e quadras (de basquete e futebol) estão em ruínas, uma nuvem escura caminha para encobri-la, não há sinal de vida nem mesmo cores em nenhum lugar. A história em quadrinhos conta que, com o defeito na torre do relógio, a falta de diversão que ameaça Utopia já se instalou na Cidade. Seus habitantes se transformaram em *playless* (figura 6), os sem-diversão, pessoas cinza incapazes de divertir-se, interagir e demonstrar empolgação. É para evitar que o tédio e a “chatices” se espalhem que jogadores e galera Fanta devem salvar a fonte.

A associação da cor cinza com o tédio remete ao relatado por Singer [16] em sua análise sobre o sensacionalismo nas mídias modernas. Para ele, a modernidade inaugurou um período em que a atenção das pessoas requisitava cada vez mais estímulos para ser conquistada. Como resultado, a apatia frente ao excesso de incitações também se tornou comum.



Figura 6: Um dos personagens transformando-se em playless

“As tentativas de compreender o sensacionalismo popular como um sintoma da vida moderna também ocasionaram uma crença difundida sobre as consequências fisiológicas da superestimulação nervosa. (...) A ideia era de que os nervos humanos eram sujeitados ao desgaste físico e tornavam-se mais fracos, lentos e progressivamente menos sensíveis quando estamos expostos a muitos estímulos. ‘Nervos excitados e esgotados’ criaram um modo de percepção ‘fatigada’ ou ‘blasé’ que imaginava o mundo ‘em um tom uniformemente insípido e cinzento’. Sensações cada vez mais fortes eram necessárias para penetrar os sentidos atenuados, para formar uma impressão e redespertar uma percepção” [16].

O autor relata que industrialização, urbanização e crescimento populacional incidiram sobre as subjetividades por meio de choques físicos pela sobrecarga nos sentidos. A intensidade do trânsito, concentração de pessoas, excesso de placas, sons e barulhos etc. atordoavam e requisitavam atenção seletiva: “a modernidade implicou um mundo fenomenal – especificamente urbano – que era marcadamente mais rápido, caótico, fragmentado e desorientador do que as fases anteriores da cultura humana” [16]. Mais do que adestrar o corpo para a funcionalidade fábri, a modernidade imprimiu um novo ritmo ao modo de entender e reagir aos estímulos sensoriais: “o organismo mudou de marcha, por assim dizer, sincronizando-se ao mundo acelerado” [16]. Condicionados à cadência frenética e fracionada das linhas de produção, os indivíduos necessitavam de experiências excitantes para compensar o tédio de um trabalho burocratizado e vazio. Essa compensação, entretanto, deveria basear-se no “empobrecimento da experiência estética da modernidade” [16] sendo igualmente rápida e superficial. Daí o cinema ter sido designado por Benjamin como um sinal dos tempos modernos.

As pessoas, alheias ao sentido do trabalho e do divertimento, requisitavam estímulos ainda mais potentes alternando tédio e excitação em graus cada vez maiores. Contra o enfatiamento, o hiperestímulo, entretanto, esse pode também não ser o bastante. La Taille [11] explica que se o indivíduo não consegue atribuir sentido às coisas pode tornar-se apático ou depressivo, mas afirma também que o excesso de estímulos pode levar a uma busca por ainda mais:

“Várias razões podem levar alguém a associar sua vida ao tédio. Às vezes, trata-se de um destino infeliz que prendeu a pessoa a atividades repetitivas e sem interesse, um destino que a desviou de lugares, de pessoas, de trabalhos mais ricos. Todavia, não apenas os destinos cruéis podem trazer o tédio. Até mesmo com a possibilidade de realizar atividades variadas, conhecer pessoas e lugares diferentes, é possível sentir tédio por que a vida carece de sentido. Nesse caso: cai-se na melancolia, na depressão. Ou então, para fugir desse mal, procura-se ocupar freneticamente o tempo, correr de lá pra cá, realizar mil atividades diferentes, verificar a cada hora de chegam e-mails,

recados, torpedos, toda hora mandar e-mails, mensagens, torpedos, ligar do celular para falar qualquer detalhe, manter incessantemente a televisão ligada na esperança de que notícias graves façam cair do céu um novo assunto que dará a impressão de viver intensamente por alguns dias, comer, malhar, comer novamente, divertir-se, desviar constantemente a atenção com pequenas atividades justapostas” [11].

As mudanças trazidas com a modernidade no que diz respeito à atenção e apatia se intensificaram com a pós-modernidade. As subjetividades modulares da sociedade de controle dispõem de ainda mais incitações seja pelos apelos ao consumo, seja pelas demandas das tecnologias midiáticas, ou mais: pela junção de ambas. É possível e preciso adotar estilos de vida a venda, é importante gerir a si mesmo como marca. Como parte da cadeia de consumo, é necessário vender-se como bem sucedido, feliz. E de forma imediata e permanentemente:

“As novas subjetividades em formação são fundadas na cultura do imediatismo, da possibilidade da obtenção do prazer contínuo e de uma temporalidade instantânea. É a cultura do ‘aqui e agora’ que liga a promessa de um estado de bem-estar eufórico, em que não é permitido sentir-se triste ou angustiado. E para esses ‘pecados’ contemporâneos há ainda a garantia da medicalização, das ‘pílulas de felicidade’, que oferecem a tentadora possibilidade de recusa à dor e, de quebra, de regresso ao consumo. Esta é a lógica dessa sociedade: é possível ter acesso a qualquer escolha, desde que seja no interior do consume” [15].

Incessantemente convocados ao gozo, porém incapazes de desfrutá-lo e, portanto, frustrados, os jovens contemporâneos tem sido os protagonistas dos crescentes índices de suicídio:

“O último quarto do século XX alterou drasticamente uma relação que mais de 150 anos de estatística haviam incitado a interpretar como universal: o crescimento regular da taxa de suicídios com o aumento da idade (...) a taxa de suicídio entre os jovens de 15 a 24 anos triplicou na segunda metade do século XX, enquanto, no mesmo período de tempo, o suicídio de adultos e de pessoas idosas diminuiu” [11].

Agem a favor desse drástico fenômeno, condições sociais como o aumento de divórcios, a perda do sentimento de pertencimento e o enfraquecimento de valores tradicionais, traços da vida que levamos hoje. Não é contraditório, portanto, que em uma sociedade em que existir equivale consumir e a construir uma personalidade virtual feliz, deprimir-se, intimidar-se ou falhar diante desse imperativo seja vergonhoso.

Alguns dos autores convidados ao nosso debate concordam que o modo de (con)viver atualmente é responsável por criar e ao mesmo tempo excluir quem não se ajusta a lógica desejada ao gozo, da satisfação e do divertimento. Para La Taille [11]:

“Sentir-se infeliz é visto mais como incompetência social do que como resultado de uma tomada de decisão implacável. Sentir tédio é visto mais como fraqueza de caráter do que como humilde reconhecimento do vazio da vida. No entanto, como bem afirma Minois (2005) em seu belo livro sobre melancolia: ‘o contexto sociocultural contemporâneo produz depressivos e, ao mesmo tempo, os exclui’”.

Sibilia [13], ao falar dos problemas enfrentados pela escola frente ao alunado de hoje, chama a atenção também para os alunos menos “performáticos” nas salas de aula e a transformação de traços de personalidade em desvios: “aloja-se também o problema da timidez com uma ‘falha’ cada vez mais intolérável, que chegou a ser catalogada como patologia passível de tratamento neuroquímico”.

O universo de Fanta é ele mesmo baseado na lógica dos incessantes estímulos em que o tédio e a tristeza são rechaçados.

Os apáticos, os entediados e os deprimidos são representados por Fanta como *playless*. Em Utopia, a alegria é imperativa, perde-la é motivo de preocupação, daí a necessidade de salvá-los. A premissa é que é necessário tirá-los desse estado acinzentado. Ao mesmo tempo, a alegria deve ser constante, contagiante e redentora. A partir da expectativa do consumidor para gozar, o *advergame* “Salvando a fonte” convoca os consumidores a fazer de Fanta um item mágico capaz de proteger do temível tédio e até devolver prazer àqueles que encontram-se sem diversão.

5. PARA ENCERRAR

A análise aqui apresentada trata apenas de um dos aspectos possíveis a partir do *advergame* Salvando a fonte, de Fanta. É importante ao fim desse debate contextualizar meu local de fala como pesquisadora e o campo em que se localizam meus objetos de estudo: a educação da cultura visual. Por educação da cultura visual se entende não uma disciplina ou um método de trabalho, mas uma proposta aberta de abordar as construções sociais em torno do olhar e da cultura das imagens, bem como suas implicações para a educação formal e não formal. O intuito da cultura visual é desnaturalizar o olhar. Assim, pode-se dizer que as experiências visuais são seu escopo de trabalho, incluindo desde imagens artísticas, digitais, da mídia, de moda, populares entre outras.

A escolha do *advergame* como ponto de partida para a reflexão aqui posta parte de sua familiaridade para os jovens, porção significativa do público dos jogos virtuais. Ao eleger o hiperestímulo, o tédio e o imperativo do gozo como temas a serem debatidos, a intenção é pensar sobre problemas contemporâneos que chamam a atenção de pesquisadores e educadores sobre a dispersão dos jovens, sobretudo em sala de aula. Evasão escolar, dificuldade de acompanhar os conteúdos, atenção seletiva, hiperatividade entre outras reclamações estão se tornando cada vez mais comum nas escolas. Professores, pais e os próprios alunos tem se questionado sobre como tornar a escola mais atrativa.

É preciso ter em mente que a escola continua seguindo a lógica moderna, enquanto seu público – os jovens – tem se renovado, assim como toda a sociedade cada vez influenciada pelas tecnologias. O debate que proponho por meio desse artigo tem, portanto, dois vieses: o primeiro é usar um artefato midiático e sua construção como um reflexo de cenário contemporâneo e o segundo é pensar que saberes podem ser construídos ou problematizados a partir de uma tecnologia tão cara aos mesmos jovens que reçam a escola. Como educadora, minha intenção é repensar minhas próprias práticas em sala de aula tanto para entender o modo de pensar e aprender dos nativos digitais quanto para me aproximar de sua realidade para verificar o que é possível aprender com ela.

Em nosso percurso de análise, foram traçados paralelos entre os símbolos usados e a narrativa construída por Fanta e aspectos históricos, financeiros e, sobretudo, sociais em relação à juventude. Por meio da cultura visual tornou-se viável tomar um artefato tecnológico e midiático para falar sobre e com os jovens. Acredito que minha reflexão não tem conclusão, mas encerramento, pois segue aberta para novos apontamentos e considerações.

REFERÊNCIAS

- [1] L. Alves. Game Over: jogos eletrônicos e violência. São Paulo: Futura, 2005.
- [2] P. Ariès. História social da criança e da família. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- [3] A. K. Brenner. J. Dayrell. P. Carrano. Juventude brasileira: culturas do lazer e do tempo livre. IN Um olhar sobre o jovem no Brasil. Brasília: Editora MS, 2008.
- [4] R. M. O. Campos. Pintando a cidade. Uma abordagem antropológica ao graffiti urbano. Tese de doutorado em Antropologia Visual - Universidade Aberta: Lisboa, 2007.
- [5] N. G. Canclini. Consumidores e cidadãos. Conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006.
- [6] C. Feixa. De jóvenes, bandas y tribus. Antropologia de la juventude. Barcelona: Editora Ariel, 1999.
- [7] G. Frigotto. Juventude, trabalho e educação no Brasil: perplexidades, desafios e perspectivas. In R. Novaes e P. Vannuchi. Juventude e sociedade: trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- [8] E. Grossman. A construção do conceito de adolescência no Ocidente. Adolescência e saúde. Revista Oficial do Núcleo de Estudos da Saúde do Adolescente / UERJ. Vol. 7, n. 3, P. 47 a 51, julho/2010.
- [9] Index mundi. Mundo: distribuição da idade. Disponível em <http://www.indexmundi.com/pt/mundo/distribuicao_da_idade.html> acesso em 26/01/2016
- [10] M. R. Kehl. A juventude como sintoma da cultura. In R. Novaes e P. Vannuchi. Juventude e sociedade. Trabalho, educação, cultura e participação. São Paulo: Ed. Fundação Perseu Abramo, 2004.
- [11] Y. La Taille. Formação ética. Do tédio ao respeito de si. São Paulo: Artmed, 2009.
- [12] P.P.P. Sérvio. Imagens de publicidade e ensino de arte: reflexões para uma Educação da Cultura Visual. Tese de doutorado. Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2015.
- [13] P. Sibília. Redes ou paredes. A escola em tempos de dispersão. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.
- [14] _____. O homem pós-orgânico. A alquimia dos corpos e das almas à luz das tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Contraponto, 2015.
- [15] L. C. Silva. Entre a disciplina e o biopoder: as novas tecnologias de poder na produção e articulação das subjetividades contemporâneas. Revista Eletrônica do Cejur, V. 1, N. 1, ago/dez. 2006
- [16] B. Singer. Modernidade, hiperestímulo e o início do sensacionalismo popular. In L. Charney e V. R. Schwartz. O cinema e a invenção da vida moderna. São Paulo: Cosac Naify, 2010.