

Este trabalho tem o intuito de nos levar a refletir sobre o lazer, dentro da ótica do trabalho relacionado à mídia, a cultura de massa, "como válvula de escape" ao estresse diário, por meio de ocupação do tempo livre de obrigações, desvincular o lazer somente ao descanso, diversão, entretenimento e enfatizar propostas proporcionada por uma vivência pautada no desenvolvimento mediante a cultura cotidiana regional, valorizando o ser humano como construtor de sua liberdade, através de experiências autônomas, desmistificando o consumo como única forma de lazer, e esclarecer o real papel social do lazer dentro das políticas públicas, referenciadas em leis constitucionais.

INTRODUÇÃO

O trabalho sempre foi uma necessidade do ser humano e uma característica intrínseca a ele, pois é o único ser que tem a capacidade de produzir e modificar a natureza por meio de sua energia vital, ao modificar o mundo exterior ele se auto-constrói. Mas com o passar do tempo o homem foi se desumanizando, perdendo as características que o definem, a de pensar, mudar o meio, a liberdade de criar, aprender e de se comunicar.

Dentro do sistema capitalista a essência do homem inverteu-se, o trabalho deixou de ser um fim e tornou-se um meio, iniciou o processo de alienação onde o indivíduo vive para produzir. Na lógica atual, o trabalho tornou-se uma atividade tediosa, monótona e cansativa, levando o ser humano dissociar-se, vendendo sua energia mental e física. O trabalho deixou de ser uma maneira do homem se socializar, criar, se comunicar, aprender resumindo-se a um meio de adquirir algo, consumir, ter, ostentar.

O consumismo condiciona o homem ao trabalho com a função de satisfazer fantasias que são artificialmente estimuladas, criando no indivíduo a necessidade de ter coisas inúteis a sua realidade.

Uma das coisas que se "adquire" como mercadoria, é o próprio tempo livre, em relação ao trabalho, o tempo livre seria o tempo liberado de obrigações que é gasto somente para estar apto a retornar para jornada de trabalho (Waichmann 2001).

Intimamente ligado ao tempo livre está o lazer do trabalhador, decorrente do cansaço e monotonia do trabalho diário, seu lazer tornou-se descanso ou diversão, "válvula de escape" do estresse diário. Entrando nesse contexto o entretenimento, o lazer espetáculo veiculado pela mídia, enfatizando o consumo desmedido, criando um lazer fantasioso, domesticando o uso do tempo e impondo imagens alheias ao seu mundo real.

Este estudo tem como objetivos: Discutir a relação do trabalho e lazer na sociedade contemporânea, bem como refletir sobre o papel da mídia na sociedade capitalista e analisar o entretenimento como lazer do trabalhador.

O presente estudo consiste em uma pesquisa teórica, pois não houve intervenção direta da realidade, de cunho bibliográfico e interpretativo baseado em autores da área do lazer e das ciências sociais.

CULTURA DE MASSA E O TEMPO LIVRE DO TRABALHADOR

Lazer e trabalho é um tema muito discutido na atualidade, diversos são os caminhos que nos levam a refletir sobre o assunto, vemos a necessidade de falar sobre a ótica do tempo livre que tem estreita relação com o lazer do trabalhador, segundo inúmeros autores como (Dumazedier, Kaplan, Andersom, Parker, Govarts, Weber, Friedmann, De grazia, etc.) as colocações podem se organizar assim: Tempo livre é a sobra após o trabalho, é o que fica livre das obrigações cotidianas, e que empregamos em que queremos, ou seja é a parte do tempo destinado ao desenvolvimento físico e intelectual do homem com um fim em si mesmo.

A imagem tradicional do modelo social vigente mostra que o trabalho é o tempo principal, necessário, imprescindível, prioridade uma vez que é o único "produto", segundo a ótica social de nosso tempo, surge, por exemplo, frases como "tempo é dinheiro", onde vemos a imagem que o homem tem do tempo como máquina de dinheiro, riquezas, lucros.

E. weber apud Werneck (2001), conceitua essa situação como uma espécie de esquizofrenia do pensar e do trabalho humano, ao passo que do ponto de vista antropológico, divide o homem em trabalhador (homo faber), num momento, e no outro, em lúdico (homo ludens). Analisando as práticas cotidianas é verificável que quase todos os trabalhos são ou devem ser tediosos, ou carentes de criação, dividindo-se prazer, criatividade, diversão e liberdade para o tempo livre, deixando para o trabalho tédio, monotonia, estresse e produtividade econômica.

No mesmo sentido Erich Fromm amplia os conceitos: "O homem não sente a si próprio como portador ativo de suas próprias capacidades e riquezas, mas como uma coisa empobrecida que depende de poderes externos a ele, nos quais projeta sua substância vital".

De fato, a observação da prática do lazer na sociedade contemporânea é marcada por fortes componentes de produtividade. Valorizam-se a performance e o produto e não o processo de vivência que lhe dá origem estimula-se a prática compulsória de moda ou status. Na dinâmica do trabalho o indivíduo se dissocia coisificando a si mesmo, ele vende sua força de trabalho e aliena-se por um tempo determinado. Além disso, o caráter social requerido pela produtividade confina ou adia o prazer para depois do expediente, nos fins de semana, períodos de férias, ou mais drasticamente para a aposentadoria.

Para se discutir o lazer é preciso conhecer algumas definições de ócio, aqui nos orientaremos pela visão de J. Dumazedier apud Waichmann (2001) que estabelece:

O ócio é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode se entregar com total consentimento, seja para descansar, seja para divertir-se, seja para desenvolver sua informação ou sua formação desinteressada, sua vontade de participação social ou sua livre capacidade criadora, uma vez livres de suas obrigações profissionais, familiares e sociais. Para ele o ócio tem três funções, descanso, diversão e desenvolvimento.

Vamos nos direcionar principalmente na dimensão diversão, interligando com o lazer entretenimento, entendendo lazer como cultura que se vivêcia no tempo disponível do trabalho e obrigações sociais. Considerando o universo das experiências de lazer difundidas em nosso meio, por TV, rádio, cinema, jornais, revistas e internet, evidencia-se uma intensa padronização e massificação de comportamentos, característicos da indústria cultural de massa, fundamentada no consumismo dos indivíduos.

De acordo com Santos (2000 p.32), segundo a trama do lazer entrelaçado na sociedade, indo até a compreensão do lazer automatizado dos dias atuais, conclui que "essa automatização faz do lazer uma indústria, uma operação onde as diversas peças formam um sistema, seja turismo, ou esporte ou qualquer sorte de divertimento".

Se analisarmos o lazer da perspectiva apenas de entretenimento, percebemos que o homem tornou-se apenas receptor de uma cultura massificante, que aliena, conduzindo-o a uma fuga da realidade. O lazer mercantilista, onde a mídia o converte em estratégia de consumo, inteiramente desprovido de sentido educacional e social.

O verbo alienar vem do latim alienare, "afastar, distanciar, separar". Alienus significa "que pertence a outro, alheio, estranho". Alienar, portanto é tornar alheio, é transferir a outrem o que é seu. Quando o homem precisa vender sua força de trabalho em troca de um salário, ele perde a posse do que produz, pois o produto é separado, alienado de quem o produziu.

De acordo com (Aranha 1996 p.25) no campo das comunicações, a realidade se transformou em simulacro, ou sejam cada vez mais os meios tecnológicos de comunicação, simulam a realidade. O mundo tornado "espetáculo" se manifesta na reconstituição de um rosto segundo as informações obtidas a partir de um crânio na "construção" antecipada de um novo modelo de carro ou ainda na onipresença da TV nos lares, permitindo assistir à guerra do golfo sem sair da poltrona.

A mídia embeleza, torna a realidade mais atraente, é só observarmos as propagandas de cervejas ou hambúrgers, como os mesmos parecem mais gostosos aos nossos olhos. Ao mesmo tempo as propagandas de remédios para o emagrecimento, parecem ser a solução perfeita para o problema da obesidade, sendo que vem sempre preenchida de modelos

estéticos malhados, sarados com os seus músculos bem definidos, totalmente alheio ao indivíduo que o consumirá.

Para (Debord 1997) o espetáculo pode ser visto como indispensável adorno dos objetos produzidos, como demonstração da racionalidade do sistema e também como um setor econômico avançado encarregado de moldar diretamente uma crescente multidão de imagens-objetos capazes de gerar necessidades. Para o autor isso representa na realidade "pseudonecessidades" impostas pelo consumo moderno e a mercadoria abundante é uma evidência dessa falsificação da vida real.

Você já se perguntou por que há sempre um artista nas propagandas, principalmente vendendo algum produto, entre eles o seu lazer?

O comércio tem o dinheiro, investimento, a mídia possui a imagem dos atores, cantores, atletas, que aliada a proximidade que as novelas, as músicas, ou os títulos de campeonatos estabelecem no cotidiano das pessoas telespectadoras de um sistema de cultura de massa, que não nasceu nas massas, mas na classe dominante, utilizando aspectos da vida social, percebe em frases como "tenha um Ourocard e leve a vida leve", "Pegeout: dirija esse prazer", "Tim: viver sem fronteiras", "viva o lado Coca-cola de todas as conquistas", a imagem dos artistas e os slogan é a maneira perfeita para prender a atenção do consumidor ao produto.

Inteiramente ligado à diversão está à alegria veiculada pela mídia, nos programas humorísticos, nos chats cômicos encontrados na internet, a felicidade limitada ao rir oferecida pela imprensa nas novelas, filmes e programas através de piadas, ou personagens hilários seguidos de chavões irônicos ou simplesmente supérfluos. Como diz Horkheimer e Adorno (1985), "a felicidade alheia poderia ser a minha, mas, no entanto jamais será: a semelhança perfeita é a diferença absoluta".

CONCLUSÃO

Dentro dessa discussão acerca do lazer, inserido a dinâmica, trabalho e mídia, tento esclarecer as vertentes desta área tão difundida atualmente, baseado em vivências de valores diferentes dos dominantes, portador de aspecto educativo, para o desenvolvimento social. Não negando o descanso e o divertimento, mas dando ênfase a dimensão menos considerada do lazer e creio a primordial, a de desenvolvimento que seu vivenciar pode proporcionar.

O lazer pode colaborar com a construção de uma nova realidade, desde que não seja considerado como um fenômeno isolado, mas como um dos elementos que compõe e interage

na natureza social. Fazendo um lazer promissor, não pela lógica do mercado, mas originado de uma experiência cidadã, com responsabilidade solidária, includente para todas as dimensões de nossa vida sociocultural, provido de sentido e finalidade para o ser humano.

Em meio a lógica capitalista, a multiplicidade de ações e interações, as práticas culturais veiculadas pela mídia e comercializadas pela indústria cultural, são fortemente acorrentadas por uma estratégia meramente mercantil, todavia podem perder essa característica alheia aos problemas sociais, e ganhar uma outra, por meio de ações e inserções comprometidas com a construção de uma sociedade, mais justa e humanizada. Assim os sujeitos deixam de ser vistos, somente como consumidores alienados, para constituir-se cidadãos, com direitos e deveres de construir uma nova realidade cultural.

O lazer nascido no cotidiano rebelde às estatísticas pode produzir formas autênticas e interessantes de lazer e também de trabalho. O cotidiano reúne as heranças, o presente fugaz e o futuro almejado produzindo manifestações que pelas suas raízes, são dotadas de força e permitem a produção da transgressão, ou seja, a capacidade de não aceitar o estabelecido. (Santos 2000)

Se observarmos a modernidade, evidenciamos a tecnologia invadindo os lares, transformando costumes culturais, percebemos que o meio onde nos movimentamos (que nos condiciona) tende a gerar falsas necessidades, das quais precisaremos nos liberar para atingir a nossa própria liberdade, pois a mesma tem a finalidade de modificar o próprio homem, ratificar e aperfeiçoar a natureza humana por meio da sua ação como protagonista.

Os meios de comunicação de massa têm o poder de comparar sociedades e culturas, desenvolver hábitos e mostrar modelos de vida diferentes, manipulando seus espectadores, é notório nos países subdesenvolvidos, que recebem os costumes dos países desenvolvidos, os quais não lhes pertencem facilmente, valores que os dissociam de sua cultura, seu próprio modelo de vida. Pensemos por exemplo, onde ficou o folclore nacional, regional, a literatura popular, os costumes indígenas, o jogo de bolinhas de gude, a velha pipa, todas essas formas de lazer intrínsecas ao seu meio se perderam em meio à tecnologia da diversão advindo com o computador, vídeo-game, nesse mundo dos jogos virtuais, que subjugam o lazer cotidiano, as brincadeiras tradicionais.

Segundo a Constituição Brasileira é um dos direitos sociais o lazer, previsto no Art.6º, e dever do poder público incentivar o lazer como forma de promoção social, previsto no Art. 217 § 3º.

É um direito constitucional o lazer a partir de políticas públicas, que não leve em consideração aspectos da vida que incidem sobre o lazer, como as desigualdades sociais, que impossibilite o aproveitamento desse tempo livre, que outrora foi conquistado pelos trabalhadores, tal como as férias, os fins de semana e a redução do horário de trabalho.

Desenvolvendo práticas de lazer onde a população seja agente participativo, construtor fundamental, proporcionando o acesso da população a esse direito social, com atividades que condizem e respeitem a realidade, estruturadas coletivamente no âmbito público, uma proposta dinâmica, consciente e orientada por profissionais educadores, cientistas e pesquisadores do lazer, por meio de objetos educativos, são estes a recreação, a ludicidade. Dentre outras possibilidades está o esporte cidadão, a dança, a ginástica, os jogos e outros conteúdos culturais, componentes do currículo dos educadores físicos que propiciem experiências prazerosas e significativas para o homem, pautada no desenvolvimento sociocultural responsável por ações educativas preocupadas com a emancipação dos sujeitos, que vá além das "pseudonecessidades" consumistas, do lazer entretenimento.

REFERÊNCIAS

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda. Filosofia da Educação. 2ª Ed.rev. e ampl. São Paulo: Moderna, 1996.

WERNECK, Christiane Luce G. Lazer e Mercado / Christiane Luce G. Werneck; STOPPIA, Edmur Antonio; ISAYAMA, Helder Ferreira. São Paulo: Papirus, 2001(Coleção fazer/ lazer).

WAICHIMAN, Pablo. Recreação e tempo livre. 2ª Ed. São Paulo: Papirus, 2001.

MOREIRA, Wagner Wey. Qualidade de vida: complexidade e educação. Campinas, SP: Papirus, 2001.

MARCELINO, Nelson Carvalho. Lazer e humanização. Campinas, SP: Papirus, 1983 (Coleção fazer/lazer).

LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica / Marina de Andrade Marconi, Eva Maria Lakatos. 5ª Ed. São Paulo: Atlas 2003.

