

Os ídolos como encruzilhada de comportamento e identidades

Vivemos numa sociedade que, cada vez mais, dá visibilidade às grandes estrelas mediáticas, quer sejam elas jogadores de futebol, lutadores de *wrestling* ou actores de cinema? Por múltiplas razões, imensos dispositivos promocionais tornam omnipresentes raríssimas personagens. Como é fácil depreender, nem sempre pelos melhores motivos essas figuras se tornam conhecidas e surgem com regularidade em televisões ou jornais? De qualquer modo não interessa, pois passa a ser vendível qualquer detalhe referente às suas vidas: se gosta desta ou daquela pessoa; se já se separou; se bebe álcool e foi preso; se tornou violento e injusto para com os filhos?

Mas o que se passa do outro lado, do lado do público e, concretamente, no que diz respeito aos adolescentes e pré-púberes a que muitas destas campanhas se dirigem? Num levantamento por nós efectuado, através de dinâmicas de grupo, muitos dos alunos definiram o que é um ídolo com frases do género, citamos de memória: "alguém que a gente quer ser"; "pessoa que tem tudo o que quer"? Instados a identificar alguns líderes, os alunos forneceram nomes daquelas pessoas que mais nos invadem o quotidiano mediático.

Assim, não é de estranhar que a temática tivesse sido identificada como importante no desenvolvimento de vários programas de promoção da saúde. Deste modo, a relevância de se trabalhar os ídolos perpassa vários determinantes, de natureza tão dispar como a alimentação saudável, a prevenção do tabagismo, a prevenção do consumo de drogas ilegais ou, mais genericamente, em acções de promoção da saúde mental.

No nosso trabalho de intervenção, a que já nos referimos em vários textos, optámos por trabalhar os ídolos imediatamente a seguir a uma outra sessão, dedicada ao desenvolvimento da imagem de si quer no que diz respeito a dimensões corporais, quer ainda no que concerne a aspectos de natureza mais psicológica. Nela, os alunos concluíram que não há pessoas iguais e que devem gostar de si mesmos. Ora, logo após estas conclusões, quando voltámos a estar com o grupo, dedicámos um primeiro momento a um brainstorming sobre o conceito de ídolo e quais os ídolos mais apreciados. Depois de terem sido proferidas frases como aquelas que acima transcrevemos, espantámo-nos: "mas afinal vocês disseram-me, na última sessão, que eram únicos e agora querem ser como X ou Y, não estou a perceber?" A dissonância, fruto da contradição em que caíram, motivou a turma para se embrenhar um pouco mais na questão dos ídolos e sobre o que é admirar alguém.

Após a formação dos grupos de trabalho, distribuíram-se diversos textos com uma série de cenários diferentes. Neles, apresentaram-se quatro países imaginários, a saber: País dos Aviões; País dos Anões; País dos Azuis; e País dos Carros. Para cada situação, o grupo teve de inventar três a quatro personagens que seriam os ídolos das suas comunidades ou países. Houve depois um momento de partilha em grande grupo sobre os nomes e as características de cada ídolo. Curiosamente, e como não podia deixar de ser, os ídolos apresentaram diferentes qualidades e defeitos, consoante o país de origem? mas também eram reflexo dos interesses e gostos de cada aluno.

Finda esta etapa, cotejaram-se os novos ídolos com as definições iniciais e com aspectos idiossincráticos das tarefas realizadas (ou seja, o ídolo do país dos aviões gostava muito de andar de *phones* e de ouvir um certo género de música). Levantou-se, de seguida, nova interrogação: nós apenas queremos ser como ídolos ou também os escolhemos e gostamos mais ou menos deles conforme os nossos gostos pessoais? A questão passa por saber seleccionar os ídolos e relacionarmo-nos com eles de forma activa e responsável.

Também achamos que estas actividades permitem explorar o papel da influência do grupo na escolha dos heróis, das pessoas de que se gosta mais e que se considera um exemplo a seguir. Trata-se, no fim de contas, de promover sentimentos de autoria e competências de tomada de decisão dos alunos. A mensagem a tornar aqui visível passa, principalmente, por tornar consciente as escolhas e não escolhas (decisões não pensadas) nos processos que levam à eleição de ídolos, ao desejo, mais ou menos estruturado, de ser como outra pessoa.

Apresentámos aqui uma forma de se trabalhar a temática que escapa ao formato tradicional das palestras e dos métodos expositivos em geral. A utilização das dinâmicas de grupo, se devidamente enquadradas em programas de promoção bem desenhados, pode aumentar o impacto das actividades? rumo a uma saúde física e mental mais equilibrada.