

FACULDADE JK MICHELÂNGELO
UNIÃO NACIONAL DE ANALISTAS TRANSACIONAIS-BRASIL
UNAT-BRASIL
POS-GRADUAÇÃO EM ANÁLISE TRANSACIONAL

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DA RELIGIAO NA
CONSTRUÇÃO DO SCRIPT

**A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DA RELIGIAO NA
CONSTRUÇÃO DO *SCRIPT***

SILAS MENEZES DE ALMEIDA

UBERLANDIA – MG
2016

SILAS MENEZES DE ALMEIDA

A INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DA RELIGIÃO NA CONSTRUÇÃO DO SCRIPT

Artigo de conclusão de curso
apresentado à Faculdade JK
Michelângelo e à União Nacional de
Analistas Transacionais-Brasil, como
requisito parcial do curso de Pós-
Graduação em Análise Transacional,
para obtenção do título de Especialista
em Análise Transacional.

Orientadora: Ede Lanir Ferreira Paiva

UBERLANDIA – MG
2016

A influência da mídia e da religião na construção do *Script*

Silas Menezes de Almeida¹

UNAT-BRASIL - União Nacional de Analistas Transacionais - Brasil

Faculdade JK Michelângelo

Numa sociedade na qual a mídia e a religião influenciam no comportamento das pessoas por meio de mensagens, temos neste presente trabalho o objetivo de discutir as Injunções vindas da mídia e da religião e as suas influências na construção do *Script*. Foram discutidas as Injunções de *Script*, Injunções de Mídia, Injunções Religiosas e *Script*. Todo ser humano nasce com um potencial para criatividade, espontaneidade e autenticidade e tanto a mídia quanto a religião reprimem este potencial. Por fim, concluímos que esta discussão abriu novos caminhos a serem pesquisados.

Palavras chaves: *Script*, Injunção, Mídia e Religião.

In a society in which the advertising and religion influence the behavior of people through messages, we have this present work in order to discuss the coming Injunctions of media and religion and its influence on the construction of the script. the Script Injunctions were discussed, advertising Injunctions, Religious Injunctions and Script. Every human being is born with a potential for creativity, spontaneity and authenticity and both the media and religion stifle this potential. Finally, we conclude that this discussion has broken new ground to be searched.

Key words: *Script*, Injunction, advertising and religion

Ao pensarmos na atualidade numa sociedade sem influências da religião e da mídia é utópico. Com seus dogmas a religião influenciou e continua influenciando na história da humanidade, determinando como as pessoas devem pensar agir e se comportar.

Com o surgimento e a expansão do capitalismo, a mídia passou a ser um artifício das grandes empresas para venderem seus produtos. Por meio de propagandas, filmes, novelas, seriados e desenhos animados, incutem nas pessoas formas de pensar, agir e se comportar, pois estes movimentos geram lucros.

¹ Psicólogo pela Faculdade Pitágoras de Uberlândia
Atua como Psicólogo Clínico
e-mail: silas.ma@live.com

Com as influências da religião e da mídia o ser humano passou a seguir estereótipos. Portanto, este presente trabalho surgiu da necessidade de compreender a razão pela qual as pessoas seguem determinados comportamentos ditos pela mídia e pela religião. Este trabalho foi desenvolvido a partir de uma pesquisa bibliográfica e consulta a acervo digital.

Pretende-se com este trabalho ampliar a discussão sobre Injunções e *Script* e abrir novos caminhos a serem pesquisados. Contudo, o objetivo geral deste trabalho é discutir as Injunções vindas da mídia e da religião que influenciam na construção do *Script*.

Injunções de Script

Berne dividiu a personalidade em três Estados de Ego: Pai, Adulto e Criança. Estados do Ego são "sistemas coerentes de pensamentos e sentimento manifestados por padrões de comportamentos correspondentes", (BERNE, 1988, p. 25).

A estrutura da personalidade é encarada como compreendendo três órgãos; a exteroptique, a neoptique e a arqueooptique. Estes se manifestam fenomenológica e operacionalmente como três tipos de estados do Ego chamados Pai, Adulto e Criança. (BERNE, 1979, p. 33).

Nascemos com motivações físicas e psicológicas que precisam ser vivenciadas. Quando estas são vivenciadas catastroficamente, desenvolvemos mecanismos de defesa, resultando-se na inibição da Criança Livre e desenvolvendo uma Criança Adaptada Submissa ou uma Criança Adaptada Rebelde. "As pessoas nascem príncipes e princesas, até seus pais transformarem-nas em sapos", (BERNE, apud STEINER, 1976, p. 15).

Durante a infância somos bombardeados por mensagens irracionais vinda dos pais, familiares, professores, mídia e religião. Essas mensagens irracionais são chamadas de Injunções. Elas são oriundas do Estado de Ego Criança dos pais ao Estado de Ego Criança dos filhos em circunstância que lhes causam alguma dor, tristeza, ansiedade, desapontamento, raiva frustração e outros, (GOULDING & GOULDING, 1979).

A Injunção, ou, em linguagem dos contos de fadas, a "maldição", é uma proibição, ou inibição do comportamento livre da criança. É sempre a negação de uma atividade. A Injunção reflete os temores, desejos, raiva e vontade da Criança do pai ou da mãe (Cp ou Cm).

As Injunções variam em alcance, área de restrição e malignidade. Algumas Injunções afetam uma área bastante pequena de comportamento, tais como "não cante", "não ria alta", ou "não coma muito doce". Outras possuem um caráter extremamente abrangente, tais como "não seja feliz", "não pense", ou "não faça nada", (STEINER, 1976, p. 65.)

A intensidade das Injunções varia na proporção das conseqüências da desobediência da criança. Portanto, quanto maior a desobediência mais Injunções a criança receberá.

Os autores (GOULDING & GOULDING, 1979), citam algumas: Não. Não viva. Não se aproxime. Não seja importante. Não seja criança. Não cresça. Não seja você. Não seja saudável. Não pertença.

Injunções mais as experiências catastróficas vividas pela criança formam um *Script*. *Script* é um plano pré-consciente de vida que governa os caminhos da pessoa, (BERNE, 1988).

Injunções da Mídia

A mídia, sinônimo de "meios de comunicação social", diz respeito aos veículos responsáveis pela difusão das informações por meio de mensagens e símbolos. Configura-se, na atualidade, como uma das instituições responsáveis pela educação no mundo atual, (CONTI, 2008).

Tem um papel importante na formação nos campos da sociedade, político, social e econômico. É por meio dela que se incute na população uma forma de se pensar, agir e comportar. Envia, em grande escala, mensagens às crianças, por meio de propagandas, desenhos animados, seriados, filmes e novelas, influenciando na formação da identidade, (ERIKSON, 1976).

A mídia atinge, na maioria das vezes, seu público alvo de acordo com os objetivos. Trabalha para vender produtos supérfluos ou desnecessários, de modo que convença às pessoas de que esses produtos acrescentarão algo à maneira como elas se vêem ou são vistas pelos outros, ou seja, que adicionarão alguma coisa à percepção do seu eu, (TOLLE, 2005).

O pressuposto implícito é de que, comprando determinado item, nos tornamos, por meio de uma apropriação mágica, como essas pessoas ou então assumimos sua imagem superficial. Assim, em muitos casos, não estamos adquirindo um produto, mas um meio de realçar nossa identidade, (TOLLE, 2005, p. 22).

A mídia vigente na sociedade se aspira dominante, estabelecendo formas e normas sociais, fazendo um grande número de pessoas enxergarem o mundo por suas lentes. Por meio de mensagens, geram mudanças de comportamentos, substituindo valores, influenciando contextos sociais, grupos, constituindo novos sentidos de vida, valores e verdades, (SILVA & SANTOS, 2010).

A mídia influencia em todos os aspectos da vida das pessoas. As propagandas transmitidas na televisão, impressas nos jornais e revistas, na internet conseguem transmitir, por meio de mensagens, imagens que irão refletir no comportamento de cada um.

Percebemos isso nos estereótipos de beleza construídos. A mídia construiu o que é bonito e o que é feio. Por outro lado temos os *fast foods*, as comidas industrializadas, as comidas extremamente calóricas, que são associadas ao prazer de comer, ao estilo de vida agitada levam justamente ao oposto: pessoas cada vez mais distantes do padrão de beleza, paradoxalmente, fazendo as pessoas se sentirem felizes e infelizes ao mesmo tempo.

Envia mensagens como, por exemplo: tenha uma beleza perfeita, seja magro(a), seja forte – para o homem, seja uma princesa – para a menina – seja feliz, coma, seja apressado, seja saudável, compre e outros.

A mídia, por meio destas mensagens, nos faz acreditar que comprando tal produto irá nos satisfazer, portanto, ela vende o – produto psicológico – e não o material, de modo que acreditamos que adquirindo tal produto seremos felizes, (TOLLE, 2005). Ao adquirir determinado produto a felicidade não está ligada ao fato daquele produtor suprir as minhas necessidades, está ligada ao valor psicológico obtido. Assim compulsivamente a consumimos mais e mais em busca da felicidade.

A compulsão pelo consumo, a busca do reconhecimento simbólico impedem os indivíduos de terem plena consciência sobre suas vidas. Eles são incapazes de autodeterminação de construir um projeto autêntico.

Injunções Religiosas

“Todos nós recebemos uma educação familiar, escolar e social. E temos que internalizar as mensagens que correspondam às expectativas do nosso

meio", (KERTÉSZ, 1987, p. 129). A educação religiosa faz parte de nossas vidas, seja ela recebida em instituições religiosas ou escolas.

O objetivo da religião é de explicar a origem da vida, o que estamos fazendo aqui e para onde vamos depois da morte. A verdadeira função da religião não é nos fazer pensar, enriquecer nosso conhecimento, mas sim nos fazer agir e ajudar a viver, (DURKHEIM, 1996). Em suma a religião tem como objetivo dar sentido a vida, aliviar o sofrimento humano e salvar a alma humana.

Ao explicar sobre a vida e a morte, a religião apresenta às pessoas um quadro referencial que fornece uma determinada visão de mundo, a qual possibilita a elas dar sentido e ordem à vida. Explicam por meio de mensagens. Muitas delas irracionais.

As mensagens que as religiões incutem nas crianças são: Deus dá, Deus tira – Deus castiga – Deus vigia você – Deus controla as nossas vidas – esta vida é para pagar os pecados das outras vidas – geram medos, sofrimentos e inibem a Criança livre.

O sofrimento é uma marca permanente do ser humano. É inevitável e também é impensável excluir o sofrimento como fator essencial da religião. Essas construções humanas, ao mesmo tempo em que tentam absorver o sofrível, servem para expressá-lo em suas várias possibilidades, (LEAL, 2005).

O cristianismo atribui o sofrimento ao pecado original e aos outros pecados, (FENILI, 2006). Para o cristianismo nascemos pecadores e somente seremos salvos se voltando para Deus. Caso não voltemos, sofreremos no inferno. Portanto, a Criança precisa se adaptar aos dogmas para ser salva.

A explicação cristã do sofrimento considera que os homens vivem em um contexto de culpa em razão de ver a si mesmo como o centro do mundo, e isso só será finalizado se for experimentado como sofrimento. Também aponta para o sofrimento "vicário", que se refere ao sofrimento de alguém em padecimento do outro, e aqui o sofrimento de Cristo por todos os homens demonstra essa situação. (FENILI, 2006, p. 6.).

As religiões que têm nos seus dogmas a reencarnação como forma de evolução espiritual, atribuem o sofrimento às vidas passadas, portanto, esta vida é para – pagarem – os pecados das outras vidas. O carma precisa ser limpo para seguir no processo da evolução espiritual.

Diferente do cristianismo, as religiões que acreditam na reencarnação vêem de forma positiva o sofrimento. "A dor aqui é vista no sentido positivo,

estimulando para a evolução, para o aperfeiçoamento que o ser humano deseja alcançar", (FENILI, 2006, p. 7). As Injunções serão baseadas neste pensamento, o sofrer e o sentido do sofrimento para a evolução espiritual.

Por meio das Injunções, as religiões inibem a Criança Livre. Segundo (GOULDING & GOULDING, 1979, p. 51), "a criança acredita que nada do que faz é certo ou seguro e, sem saber como agir, passa a procurar à sua volta por alguém que lhe diga como fazer. Esta criança terá grandes dificuldades em tomar decisões na sua vida futura.". Com a inibição da Criança Livre, as religiões passam a determinar o que é certo e o que é errado, o que pode e o que não pode e/ou quando pode.

Adultos que receberam estas mensagens mesmo com a vida ativa e produtiva acreditam que algo está errado, vivendo angustiados. Algumas mulheres, mesmo trabalhando, estudando, investindo na carreira profissional, vivem angustiadas, pois acreditam na contra-injunção que o lugar de mulher é dentro de casa, (GOULDING & GOULDING, 1979). "Contra – injunção são mensagens o Estado do Ego Pai de pais que são restritivos e que, se atendidas, também poderão impedir o crescimento e a flexibilidade", ((GOULDING & GOULDING, 1979, p. 54).

Script

Injunções mais as experiências catastróficas vividas pela criança formam um *Script*.

Os jogos parecem ser segmentos de estruturas mais amplas e complexas de transações, chamadas scripts... Um script é uma estrutura complexa de transações repetitivas por natureza, mas não necessariamente repetidas, uma vez que uma atuação completa pode exigir uma vida inteira... O objetivo da análise de scripts é "acabar com o espetáculo e colocar alguém melhor a caminho". (STEINER apud BERNE, 1976, p. 25).

Berne (1988) diz que ações repetidas fazem parte do *Script* e que a pessoa não tem consciência disso. O espetáculo no qual o protagonista da peça é o inconsciente. Seguimos fielmente o *Script*, o roteiro que fora incutido na Criança, por meio das Injunções recebidas.

A mídia cria um espetáculo. Brinca, retira do roteiro e coloca, recoloca e coloca coisas novas, numa eterna mesmice. Percebemos nos vestuários, na linguagem, nos cortes de cabelo, nos padrões de beleza, etc. A mídia é a

roteirista do espetáculo e as pessoas são os personagens. Cada um se adaptará de acordo com a cena dada e seguirá conforme o *Script* recebido.

A Injunção – compre e seja feliz – faz com que as pessoas consumam, acreditando na felicidade. Outra questão é seguir os estereótipos construídos pela mídia, assim, as crianças seguem conforme o espetáculo. Compre, não compre, seja feliz, seja infeliz, emagreça, coma, fique estressado, relaxa, viaja, fica em casa, tenha filhos, não tenha filhos, corte o cabelo, deixe-o crescer, poupe dinheiro, gaste dinheiro, faça faculdade, não faça faculdade e outros.

Essas Injunções são dadas, mas é preciso que elas sejam aceitas, (GOULDING & GOULDING, 1979). “A criança tem o poder de aceitar ou rejeitar. Nenhuma Injunção é “inserida no cérebro da criança como um eletrodo”, (GOULDING & GOULDING, 1979, p.55).

A religião dá à criança o *Script* no momento do batismo. A criança deve seguir o roteiro. Consome somente as comidas permitidas, casa-se com a pessoa escolhida pela Divindade e no tempo determinado, usam somente os vestuários permitidos, corte de cabelo, têm relação sexual somente após o casamento, aceitam o sofrimento – parte do plano divino –, têm medo do castigo, assim, como fora incutido o medo, a Criança Adaptada segue o roteiro com medo do castigo eterno.

Não basta que as mensagens sejam boas, é preciso fazer com que as pessoas acreditem que são protagonistas no espetáculo, (HUXLEY, 1932).

Tanto a mídia quanto a religião ajudam a incutir algumas regras sociais nas mentes das crianças, conscientemente, porém subconscientemente podem fornecer uma série de posições e programações estereotipadas.

Discussão

No presente trabalho foram apresentadas questões relacionadas às Injunções vindas da mídia e da religião e as suas influências na construção do *Script*.

Todos nós nascemos com potenciais para criatividade, espontaneidade e autenticidade. Somos cientistas por natureza. Cientistas querendo desvendar os mistérios e as complexidades do mundo. Nascemos cientistas, mas o meio nos faz acreditar na irracionalidade, nos fazendo sabotar o nosso potencial racional.

A mídia e a religião influenciam na sabotagem. A religião com suas proibições inibem o desenvolvimento da nossa Criança Livre. Com as proibições, a vida torna-se previsível. As proibições determinam a seqüência dos acontecimentos na vida do indivíduo em seus principais aspectos, até o final.

Na religião não há espaço para o desenvolvimento da Autonomia, da espontaneidade, criatividade, e da liberdade de pensamento. O Não soa nos ouvidos como as trombetas de Jerico fazendo com que o medo paire nos templos religiosos.

A repressão aos instintos naturais do ser humano – o sexo – o contato com o próprio corpo – a liberdade de vir-a-ser e outros. Não obstante, as pessoas passam a viver ansiosas, com medos, infelizes e acreditando no destino proposto pela religião.

As forças religiosas da sociedade impedem e dificultam encontro do homem consigo mesmo, e que é necessário um grande esforço para se libertar de coerções.

A mídia é uma criadora de espetáculos. O espetáculo apresenta-se como uma enorme positividade indiscutível e inacessível. Nada mais diz senão que – o que aparece é bom, o que é bom aparece –. A atitude que ele exige por princípio é esta aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve pela sua maneira de aparecer sem réplica, pelo seu monopólio da aparência, (DEBORD, 1967). Em suma a mídia gera uma sociedade cheia de pessoas infelizes e consumidoras compulsivas da felicidade.

Torna-se impossível a quem quer que seja atingir sua realização pessoal, seu triunfo verdadeiro na vida, sua autonomia, sua criatividade autêntica, sua ética, sua felicidade - enfim, sua okeidade – enquanto se pautar pela propaganda: já não digo sequer por seus produtos "empurrados", mas principalmente por sua cosmovisão alienada e irracional: a ideologia de uma sociedade alienada. (BARRETO, 1981, p. 245)

Os indivíduos estão sempre em movimento, em busca de um objetivo ou desejo insuflado pela sociedade. Apegam-se a verdades, valores ou regras externas que não escolheram conscientemente. São seres despersonalizados pela religião e pela mídia. Vivem numa escravidão, incapazes de separar a consciência da realidade. Esta escravidão custa caro a Criança Livre.

Considerações finais

A importância deste trabalho foi de ampliar o conhecimento e ampliar a discussão de Injunção e *Script*. Em vista dos argumentos apresentados neste presente trabalho, tanto a mídia e a religião influenciam na construção do *Script*, pois enviam em grande escala mensagens irracionais às crianças e isto influencia na construção do *Script*.

O que diz respeito às Injunções vindas da religião, estas geram medo, ansiedade nas pessoas. As Crianças Livres são reprimidas. O que diz respeito às Injunções vindas da mídia, estas geram infelicidade e consumidores compulsivos da felicidade.

Por fim, a discussão abriu novos caminhos a serem pesquisados no que diz respeito tanto Injunção quanto *Script*.

Referências bibliográficas

BARRETO, Roberto Menna, **Análise Transacional da propaganda**, ed. Summus Editorial, 1981.

BERNE, Eric. **O que você diz depois de dizer olá?** São Paulo: Nobel, 1988.

DERBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. ed. Contraponto, 1967.

DURKHEIM, Émile. **As Formas Elementares da Vida Religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

Erikson, Erick H. **Identidade Juventude e Crise**. Editora: Guanabara.

FENILI, R.M. **A dor e o sofrimento – Uma conexão entre o pensar filosófico e espiritual**, 2006. Disponível em www.um.es/global acesso em: 20 ago. 2016

GOULDING, Mary CaClure & Robert L. Goulding **Ajuda-te pela análise transacional: a arte de viver com a terapia da redecisão**. Tradução de Evelyn Kay Massaro, São Paulo: Ibrasa, 1985.

HUXLEY, Aldous, **Admirável Mundo Novo**, ed. Biblioteca Azul, 1932.

KERTÉSZ, Roberto. **Análise transacional ao vivo** / Roberto Kertész; (Tradução Beatriz sidou). – São Paulo: Summus, 1987.

KOLAKOWSKI, Leszek, **Sobre o que nos Perguntam os Grandes Filósofos** - Vol. 3. ed. Record. 2009.

LEAL, Eduardo Guedes. **Os limites do sofrimento**. Revista de Psicanálise, artigos 55-71, ano XVII, 183, setembro/2005.

STEINER, Claude. **Os papéis que vivemos na vida**. São Cristóvão. ed. Artenova, 1976.

TOLLE, Eckhart, **Um novo mundo – O despertar de uma nova consciência**. Ed. Sextante, 2005.

DISCIPLINA MINISTRADA: CONTRATOS RELACIONAIS

Professora: Thaís de Aguiar Rodrigues

Disciplina: Relações Interpessoais
Curso: Psicologia

Local: Unidade II - Av. das Américas, 1.500 - Jd. América - São Paulo/SP