

# Kalunga<sup>®</sup>

Comportamento  
**Um espírito natalino  
baixou em nós!**

Matéria-Prima  
**Tonbras - aqui  
não tem erro**

Educação  
**O que você vai ser  
quando crescer?**

# Flagramos o espírito natalino



*Ele chega como quem  
não quer nada.  
De repente, dezembro é  
muito mais que olhar  
vitrinas, fazer compras e  
trocar presentes  
de amigo secreto.  
É tempo de confraternizar,  
de se deixar envolver  
por sentimentos nobres,  
de se deixar tomar pelo  
espírito do Natal*

Dezembro é um período mágico. É tempo de festa e de trocar mensagens de amor e paz. Dezembro é também época de olhar as vitrinas coloridas, fazer compras e... confraternizar. Mas não é apenas isso. É um mês que suscita os sentimentos mais nobres nas pessoas. De repente, você é envolvido por esse clima, torna-se mais flexível, tolerante e até cúmplice. Se o efeito é conhecido, saiba que é influência do que se convencionou chamar de espírito natalino.

Ninguém, por mais humilde ou descrente que seja, consegue ficar indiferente à época. Culpa do marketing do Natal e das estratégias do comércio para incrementar suas vendas? Não. É apenas um período do ano - cheio de magia, é certo -, que proporciona as mais variadas reações nos seres humanos.

“Essa é uma das poucas datas que mexe com as pessoas. Há os que adorem ou rejeitam. Mas ninguém fica indiferente”, afirma Oswaldo Fuchs,

professor de Mercadologia e Planejamento em Comunicação da Fundação Armando Álvares Penteado (Faap). Segundo ele, as pessoas adquirem um espírito “humanístico” nessa época - fruto de uma série de elementos culturais e religiosos. “A hora é para falar de união da família, amor e confraternização. Isso funciona como uma expiação de culpa por todo o ano em que esses valores são relegados a segundo plano”, diz.

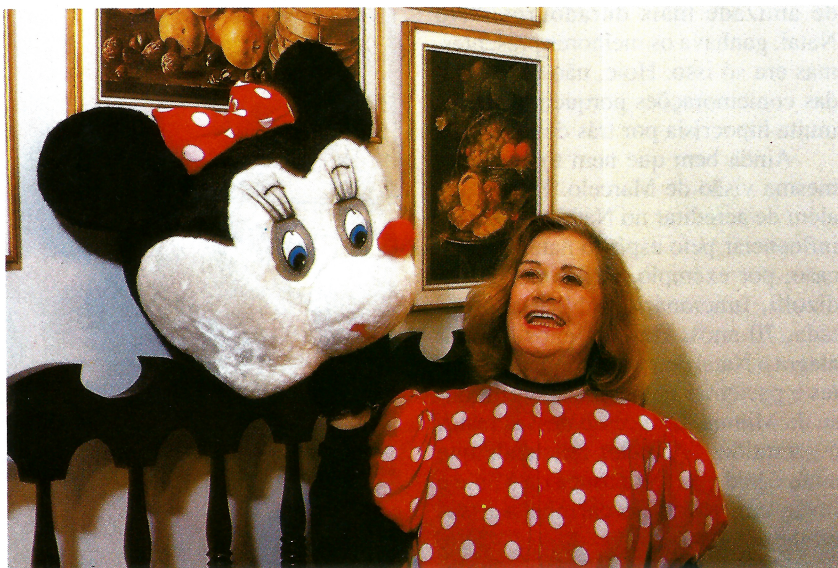
Não é apenas isso. Vários fatores contribuem para que as pessoas sejam envolvidas pelo clima natalino. O Natal, por exemplo, é o período em que tradicionalmente o comércio mais vende. Sob o ponto de vista do marketing, o comércio vende mais por uma predisposição natural das pessoas. O que contribui para isso, além da festa natalina, é o fato de dezembro anteceder as férias e marcar a passagem de ano; portanto, o início de novo ciclo de vida.

“O comércio explora a sensibilidade das pessoas, convidando às com-

pras. Mas os esforços mais intensos nesse sentido partem da área de varejo, que estimula a demanda, esclarece Fuchs. Nesse campo, os shoppings largam na frente. Fuchs explica que o Natal tem um apelo de marketing natural - diferente de outras datas essencialmente comerciais, como dia das Mães, Pais e Namorados, quando você é praticamente obrigado a comprar. "A estratégia mais agressiva de marketing no Natal acontece por parte dos shopping centers, que sorteiam carros e ornamentam suas áreas comuns", esclarece. O objetivo é cristalino: atrair o consumidor para esses centros de consumo."

### HISTÓRIA

O que seria, na verdade, esse espírito natalino? Componentes pagãos, cristãos e da cultura moderna teriam ajudado a defini-lo, tal qual o concebemos atualmente. A primeira referência histórica do Natal data do século IV, no reinado de Júlio I. Por que a data 25 de dezembro teria sido escolhida para representar uma das festas mais importantes do cristianismo? O motivo da escolha não seria apenas o nascimento de Jesus Cristo. Segundo registros históricos, Cristo teria nascido em agosto e não em dezembro, como rezam nossas cartilhas. O último mês do ano teria sido escolhido porque marcava o final de inverno na Europa, quando, também por hábito, a troca de presentes era comum.



Leonor: "Criança precisa ser lembrada todos os dias"

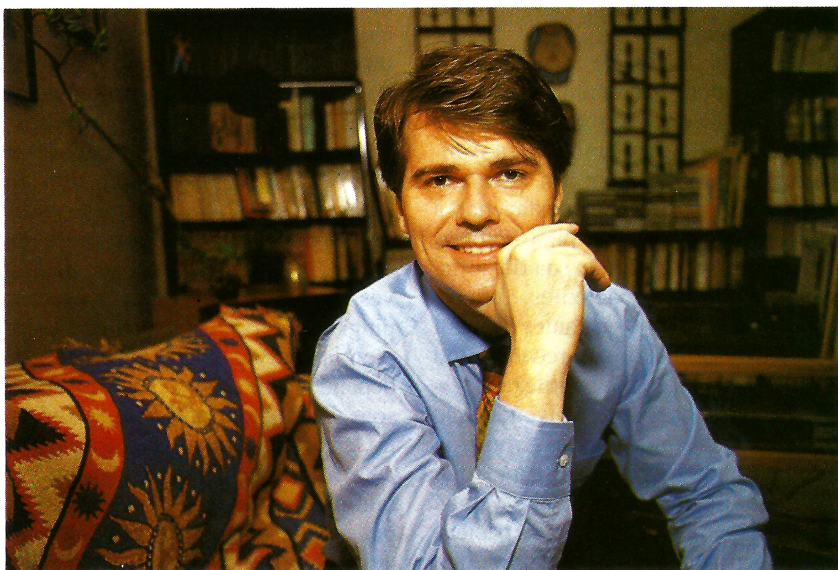
Una todos os ingredientes místicos, pagãos e cristãos e teremos a festa natalina tal qual a conhecemos hoje. A figura de Santa Claus (nosso Papai Noel), importada dos povos nórdicos, surgiu a reboque. Santa Claus foi um santo cultuado pelos povos dos países baixos, cujas homenagens eram prestadas em dezembro. Acrescente a isso altas doses de influência comercial e religiosa e está pronto o samba do crioulo doido; ou seja, o nosso Natal.

Segundo Rodolfo Gutilla, mestre em Antropologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC), o espírito natalino, na verdade, não seria mais que um conjunto de ex-

pectativas sociais que é cumprido pelas pessoas. "O Natal é uma festa que me comove. Mas reconheço que há uma imposição caricativa, uma expectativa em relação às pessoas que é cumprida somente nessa época", explica. O Natal, portanto, seria uma das festas do calendário cristão que, independente do credo ou raça de cada um, mais reforçam os valores impostos pela sociedade. "É um momento extraordinário, no qual a sociedade celebra seus mais caros valores", esclarece.

Marketing e antropologia à parte, a simples proximidade do Natal já agita as pessoas. Muito se deixam contagiar pela data, tornando-se mais flexíveis e solidários. Outros vivem como se sempre fosse o Natal. Mas há também os que detestam essa festa. Este é o caso, por exemplo, de Marcelo Martins, jornalista fluminense. Ele é totalmente indiferente ao dia 25 de dezembro e às mensagens humanísticas do mês. Motivo: desde pequeno, ele passava esse dia, que geralmente é comemorado com uma grande família, tendo somente os pais como companhia. "Sempre tive os melhores brinquedos, mas via a casa vazia, enquanto a dos meus amigos ficava repleta de gente", relembra.

Além disso, Marcelo mudava frequentemente de residência devido ao trabalho do pai - um profissional da área de vendas de uma multinacional. As viagens constantes impediam que o menino estabelecesse laços



Gutilla: "O Natal é uma festa que me comove"

de amizade mais duradouros. “No Natal, ganhava os melhores presentes, mas era só isso. Hoje, não sinto falta das comemorações porque sei que há muita hipocrisia por trás dessa festa.”

Ainda bem que nem todos têm a mesma visão de Marcelo. Há os que, além de acreditar no Natal, se deixam influenciar pelo espírito natalino. É o caso, por exemplo, de Leonor Grandizolli, funcionária pública aposentada, 70 anos. Há dois anos Leonor alegre o Natal de várias crianças carentes e pacientes de hospitais, vestindo-se de Minnie. O sucesso dessas festas é garantido. “A maior felicidade que sinto é poder vestir a roupa da Minnie e levar um pouco de carinho a essas crianças”, diz.

Ela vive sob essa influência durante todos os dias do ano. Além dos amigos, que solicitam incursões da Minnie pelos hospitais no Natal, a família também faz inúmeros pedidos. A sobrinha Isabelle, de 2 anos, é fã de auditório e com carteirinha. Foi para agradá-la que Leonor mandou confeccionar a roupa de Minnie, depois de fazer a máscara da eterna namorada de Mickey Mouse, de São Francisco, nos Estados Unidos. A roupa, inclusive, já foi usada para enfeitar as fotos que Leonor enviou aos amigos como lembrança de Natal de 1993.

Foi também no ano passado que ela participou de uma festa organizada por suas amigas para uma creche. O local escolhido foi uma lanchonete do estilo *fast-food*. “O sorriso daquelas crianças tão carentes me seduziu”, recorda. Segundo ela, decepcionante mesmo é verificar que o espírito natalino dificilmente sobrevive depois de dezembro. “É triste ver as pessoas se preocupando com as outras apenas no Natal e porque é Natal. Criança, por exemplo, precisa ser lembrada todos os dias”, defende.

Quem divide a mesma opinião é Maria Arlinda Braga Boselli, ex-promotora de vendas, 58 anos. Ela é uma das voluntárias do Hospital Pan-Americano. Seu trabalho: coordenar uma equipe de 60 pessoas, que doam horas de seus dias para trabalhar com doentes. Das mais variadas idades, esses voluntários têm como principal função levar carinho e amizade aos pacientes. Há os que foram especialmente treina-



Maria Arlinda: estimulando o sorriso

*“No Natal, ganhava os melhores presentes, mas era só isso. Hoje, não sinto falta das comemorações porque sei que há muita hipocrisia por trás dessa festa”*

(Marcelo Martins)

dos para atuar no CTI, os que receberam treinamento específico para agir nos centros de hemodiálise (filtragem do sangue) e os que visitam as enfermarias e quartos particulares. Independente do nível social e cultural de cada um, todos recebem o mesmo tratamento e atenção.

O estilo de vida de Maria Arlinda é único e pode ser explicado através da campanha do sorriso, criada para o Hospital Pan-Americano. “Essa campanha, que tem até um pin, estimula as pessoas a sorrir mais, desfazendo a imagem negativa dos hospitais, centros de sofrimento.” Segundo sua filosofia, se todos tratarem pacientes, funcionários, voluntários e visitantes com um sorriso, dificilmente vão receber algo em troca que não seja gentileza.

Há seis meses desenvolvendo esse trabalho no hospital, Maria Arlinda já está pensando no Natal deste ano, que deve ser ainda mais especial. “Vamos promover amigo oculto para os pacientes da hemodiálise, por exemplo, que estão entre os mais sofridos. Além

disso, vamos comprar enfeites e remodelar totalmente a cara desse hospital”, afirma. A diretoria do Pan-Americano deu carta branca para que, com gastos reduzidos, é claro, as voluntárias organizem o primeiro Natal dos pacientes, que vai comemorar também o sucesso desses três meses de atuação do grupo de voluntários.

#### VENDAS

Não é só Maria Arlinda que está ansiosa com a chegada do Natal. O comércio também está, só que por motivos bem distintos. Dezembro promete aquecer ânimo e vendas. No país do Real, as bolsas de apostas indicam que o consumo baterá recordes. Problemas deixados de lado, o Real garantiu o poder de compra e fez surgir um novo consumidor. “As pessoas estão mais conscientes de seus direitos e deveres”, garante Fuchs, “não se deixam mais seduzir e, portanto, têm condições de escolher o melhor para si”.

O derradeiro xequê-mate das vendas, no entanto, vai ser dado às vésperas do Natal, quando os shoppings vão ferver de gente e os comerciantes vão sorrir à vontade. Independente de qualquer crença, as pessoas vão querer realizar seus sonhos - influenciadas, sim, pelo marketing, pela mídia, pelo cristianismo e pelo fato de, pelo menos uma vez ao ano, poder ser exatamente como todos gostariam... um pouco mais humanas, solidárias e felizes. ■