

UNIVERSIDADE DE SOROCABA
PRÓ – REITORIA DE PÓS – GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO

Maria Cecilia Leite Massari

BIG BROTHER BRASIL: ISSO PERTENCE À SALA DE AULA?

SOROCABA / SP

2005

Maria Cecilia Leite Massari

BIG BROTHER BRASIL: ISSO PERTENCE À SALA DE AULA?

Dissertação apresentada à Banca examinadora do Programa de Pós – Graduação em Educação da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação.

Orientadora: Prof^a. Dra. Eliete Jussara Nogueira

Sorocaba

2005

Maria Cecilia Leite Massari

BIG BROTHER BRASIL: ISSO PERTENCE À SALA DE AULA?

**Dissertação aprovada como requisito parcial para a obtenção
do grau de Mestre no Programa de Pós – Graduação da
UNISO – Universidade de Sorocaba pela banca
Examinadora formada pelas seguintes professoras**

**Profa. Dra. Carla da Silva Santana
Universidade de Sorocaba - UNISO**

**Profa. Dra. Maria Lucia Amorim Soares
Universidade de Sorocaba – UNISO**

Sorocaba

2005

À Deus, que por suas estratégias tantas,
.me levou aos estudos e ao desejo de conhecimento.

Ao meu pai Nelson “in memoriam” que
me inspirou no caminho da Psicanálise e da Música.

À minha mãe Georgina que por ser guerreira,
me incentivou a enfrentar as duras batalhas.

Ao Marco Antônio (meu filho) e Marco Túlio (meu marido),

Que são marcas da minha vida, pela paciência
E tolerância, respeitando assim o meu trabalho.

A todos com muito carinho dedico este trabalho.

À minha orientadora Prof. Eliete Jussara Nogueira,
Por sua paciência, tolerância e grande continência,
Sem contar o grande respeito às nossas diferenças,
O que me auxiliou sobremaneira a me guiar nos caminhos da pesquisa,
Meu agradecimento e muito obrigada.

AGRADECIMENTOS

A Universidade de Sorocaba e ao Programa de Pós Graduação por ter me oferecido a
oportunidade

Aos membros da Banca Examinadora: Profa. Dra. Maria Lucia Amorim Soares, Profa. Dra.
Carla da Silva Santana por suas observações e colaborações.

A todos Profs. Drs. do Mestrado, em especial à Profa. Dra. Cléia Maria da Luz Rivero e ao
Prof. Dr. Newton Aquiles von Zuben pelos seus ensinamentos e generosidade.

Ao meu sobrinho Julio Massari Filho, perseverante guerreiro e incansável incentivador.

Aos professores das escolas em que estive e entrevistei, que me abriram portas e me ofertaram
um pouco do seu tempo, contribuindo assim para minha pesquisa.

A todos os mestres, supervisores, minha ex – analista Marisa Mélega, e em especial

A Mariza Ingles de Souza que colaborou muito na minha formação de psicanalista

A minha mestra Meire Varella, professora de música, que tanto colaborou e

Contribuiu durante a elaboração dessa dissertação,

Mostrando que a grande educadora se conhece nos momentos difíceis.

Admirável gado novo

(Zé Ramalho) - © EMI

Vocês que fazem parte dessa massa
Que passa nos projetos do futuro
É duro tanto ter que caminhar
E dar muito mais do que receber
E ter que demonstrar sua coragem
À margem do que possa parecer
E ver que toda essa engrenagem
Já sente a ferrugem lhe comer
Eh! Oh! Oh! Vida de gado
Povo marcado eh! Povo feliz...

Lá fora faz um tempo confortável
A vigilância cuida do "normal"
Os automóveis ouvem a notícia
Os homens a publicam no jornal
E correm através da madrugada
A única velhice que chegou
Demoram-se na beira da estrada
E passam a contar o que sobrou
Eh! Oh! Oh! Vida de gado
Povo marcado eh! Povo feliz...

O povo foge da ignorância
Apesar de viver tão perto dela
E sonham com melhores tempos idos
Contemplam esta vida numa cela
Esperam nova possibilidade
De verem esse mundo se acabar
A arca de Noé, o dirigível
Não voam nem se pode flutuar
Não voam nem se pode flutuar
Eh! Oh! Oh! Vida de gado
Povo marcado eh! Povo feliz...

RESUMO

Este trabalho é o resultado de uma reflexão sobre a Televisão e a Educação, levando em conta os processos de mediação que ela realiza entre o indivíduo e a sociedade. Mais especificamente analisa programas do tipo *reality shows*, focalizando em especial o programa Big Brother Brasil, da Rede Globo de Televisão. Foi constatada maciça audiência do referido programa. Observando as dissoluções das fronteiras entre o que é público e o que é privado, provocadas especialmente pela televisão, que tem uma força muito grande nesse sentido, a autora pensou ser importante investigar se professores do ensino médio e fundamental discutem com seus alunos o tema televisão e em especial o Programa Big Brother Brasil, tendo em vista auxiliar na formação de uma consciência crítica de quem vê TV. Além disso foi considerado ser relevante observar se professores estão preparados para essa tarefa. Usou-se como trajetória do trabalho, a análise de alguns aspectos do nosso mundo, tendo por referência autores como Guy Debord que nos fala da sociedade do espetáculo, Theodor Adorno que considerou que a televisão pudesse ter muita força e influência social. Usou também autores da Psicanálise como Freud, Melanie Klein, Bion e Rosenfeld que falam das forças agressivas, dos nossos impulsos e da dificuldade em construir pensamentos, que nos ajudem a reprimir nossas violências em nome de um aprendizado da solidariedade e do bem comum. Outros autores como Régis Debray foram acionados nesse dialogar, por destacar a força da imagem e mais especificamente a força do poder econômico mediando essa força da imagem. O trabalho traz uma retrospectiva da televisão, suas linguagens e modos de uso, observando como podemos ter interpretações distorcidas do que vemos. Em seguida foi apresentado algo das origens de programas do tipo reality shows e em específico das origens do Big Brother Brasil, tendo em vista procurar observar com o olhar psicanalítico não só o programa, como também o que faz com que pessoas se interessem em auto-confinar-se, colocando em exposição suas vidas e suas “intimidades”. Para isso, autores como Maria Rita Kehl e Eugênio Bucci foram selecionados. O passo seguinte foi apresentar o resultado de uma pesquisa do tipo qualitativa, na qual foram entrevistados professores do ensino fundamental e médio de três escolas da rede pública de ensino. A pesquisa foi realizada através de uma observação participante e de um tipo de roteiro semi estruturado, colocando em destaque três aspectos considerados relevantes na observação que foram: a opinião dos professores enquanto educadores sobre o programa Big Brother Brasil; se discutiam em sala de aula sobre TV e sobre o programa e se participariam do programa, se convidados. Ainda nesse sentido foram analisados e observados os dados colhidos, passando-se finalmente às discussões e considerações finais, que procuraram nos convidar sobre o papel do educador. Foram feitas ainda reflexões sobre o programa Big Brother Brasil, tendo em vista que ele pode ter algo além de uma brincadeira prazerosa para espectadores. Pode ter conseqüências muito maiores para nossos comportamentos ou procedimentos. Também é importante salientar que nessas discussões não chegamos a conclusões fechadas sobre o tema, dada à condição de transitoriedade do conhecimento, da pesquisa e do saber.

Palavras – Chave : Sociedade do Espetáculo, TV e Educação, Big Brother Brasil, , Ética da Visibilidade, Consciência Crítica. .

ABSTRACT

This work is the result of a reflection about Television and the Education, taking in it counts the mediation processes that it accomplishes between individual and the society. More specifically analyzes kind reality shows programs, focalizing especially the TV show Big Brother Brasil, of the Rede Globo Television. It was going verified referred program massive audience. Observing the borders dissolutions between that is public and that is private, provoked especially by the television, that has a force very large in this meaning, the author thought to be important to investigate if in High School class room teachers, secondary and primary teaching argue with their students the theme television and especially the TV show Big Brother Brasil, having in mind assist in the formation of a critical conscience from whom sees TV. Besides, it was going considered being important to observe if teachers are ready for this task. It used as work trajectory the aspects of a few analysis of our world, having as reference authors like Guy Debord who in the show society speech, Theodor Adorno who suspected that the television could have much force and social influence, and authors of Psicanálise like Freud, Melanie Klein and Bion, which talk of the aggressive forces, of our pulses and of the difficulty in the build thoughts, which help us to repress for a solidarity learning and of the well-beeing common. Other authors as Régis Debray were going activated in this talk, for detaching the image force and more specifically by dint of the economic power mediating this image force. The work brings a retrospective of the television, their use languages and manners, observing as we can have wrong interpretations of what we see. Was soon after going introduced something of the kind reality shows programs origins and in specific of the origins of Big Brother Brasil, having in mind try have one look psychoanalytical not only of the program, as well as of what makes people interest in auto-confine itself, putting in exhibition their lives and their “intimacies”. For suches authors as Maria Rita Kehl and Eugênio Bucci were going selected. The next step was going to introduce the result of a qualitative kind research, in which were going interviewed high school teachers, primary and secondary teaching of three public state and municipal teaching schools. The research was going accomplished through a participating observation and of a of script semi-built, putting in highlight three important considered aspects in the observation which were: teachers' opinion while educating about the show Big Brother Brasil; they argued in class room about TV and about the show and if would do part of program, if invited. Still in this meaning were analyzed and observed the obtained data, for finally pass to the discussions and final considerations, considering not there being conclusions closed about the theme, given to knowledge transitoriness condition, of the research and of the knowledge.

KEY WORDS : Shows Society, TV and Education, Big Brother Brasil, , Critical conscience.

INTRODUÇÃO

A presente dissertação de mestrado procurará ter o olhar da Psicanálise e também dialogar com outros autores ligados à Sociologia e Filosofia da Educação, sobre o estudo dos atuais processos de mediação entre o indivíduo e sociedade que a televisão aberta realiza. Mais especificamente foram focalizados para pesquisa os assim chamados programas do tipo “*reality-shows*”, especialmente o programa Big Brother Brasil, da Rede Globo de Televisão, relacionando seus estímulos e influências, no que se refere os valores éticos, educativos e culturais, e pesquisando se professores podem dar espaço à discussão a respeito desse tipo de programas em sala de aula.

Observar que o programa Big Brother Brasil 4 (última edição do referido programa), recebia maciça audiência na população brasileira, incomodou-me bastante a ponto de me interessar por tal tema e foco de estudo para uma dissertação de mestrado. A edição do programa de 2004, que foi ao ar pelos quase três meses iniciais do ano, teve média de audiência de 43 pontos, chegando até aos 45 pontos. Cada ponto, neste caso equivalia a 1% dos domicílios pesquisados, que pode ser até mais de 3,5 mil domicílios. Esses dados são depois transformados na audiência do país, tomando-se o censo demográfico e o número de aparelhos de TV que se tem catalogado no país. No dia do último programa dessa edição a média de audiência foi de 60 pontos. Essa marca superou inclusive a da novela brasileira de maior audiência do horário, que em geral é a novela da faixa das 21 horas. A novela Celebridade da Rede Globo de Televisão que era a atração das 21 horas teve média de audiência de 45 pontos, segundo o Datanexus e segundo o IBOPE

teve índice máximo de 54 com picos de 60 de audiência (Soares, A.: 2004 pgs. 126-133) Cada ponto no Ibope equivale a cerca de 48,5 mil domicílios. Em termos de números de telespectadores, a marca dos 45 pontos de audiência significou 60 milhões de espectadores, o que me provocou enorme impacto e aumento da curiosidade pelo tema. Sites da Internet, como Folha on-line Ilustrada (www.folhaonline.com.br) registra no dia 06/04/2004 que o programa final da série obteve audiência máxima de 69 pontos e que o Brasil é um dos campeões de audiência no mundo, segundo a empresa Endemol que detém os direitos autorais do programa.

O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística - IBOPE - fornece o maior conjunto de informações sobre o mercado brasileiro e latino-americano. Para apoiar a tomada de decisões de seus clientes, o Grupo IBOPE realiza pesquisas sobre os mais variados temas: mídia, opinião pública, política, consumo, comportamento, mercado, marca, propaganda, Internet, entre outros. Investidores, políticos, governos, empreendedores, agências de publicidade, profissionais de marketing e veículos de comunicação contam com a abrangência das pesquisas de opinião pública. Contam ainda com a precisão das pesquisas políticas, o imediatismo das aferições de audiência, a flexibilidade e compromisso dos analistas do IBOPE em todos os tipos de estudo, além das tecnologias mais avançadas no fornecimento de informações estratégicas. Veja alguns exemplos:

- Coleta e distribui informações em tempo real;
- Desenvolveu peplemeters - aparelhos de medição automática de audiência de TV - de última geração;

- Criou um sistema pioneiro para automação e integração de agências de propaganda, veículos e anunciantes;
- Possui uma central de desenvolvimento de softwares com soluções para automação de pesquisas.

Através do site: http://www.almanaqueibope.com.br/asp/metodologia_tvaberta.asp, é possível consultar semanalmente, índices de audiência por faixa horária / emissora e perfil de telespectadores, bem como o ranking dos programas de maior audiência. Existem informações que são disponíveis gratuitamente, bastando para isso um cadastro do usuário, e informações mais complexas só são acessíveis por assinatura. As informações são geradas a partir do Painel Regular de Televisores, e disponibilizadas ao mercado através de softwares específicos, como o Terminal Cliente e Família Telereport.

Com relação à Metodologia o IBOPE coleta informações de audiência em mais de 3,5 mil domicílios no país, que totalizam cerca de 14 mil pessoas pesquisadas. A amostra, desenhada com base nos dados do censo demográfico brasileiro e no levantamento socioeconômico do próprio Ibope, é composta por indivíduos que residem na área urbana, com idade de quatro anos ou mais, de ambos os sexos e das classes A, B, C, D e E (Critério de Classificação Econômica Brasil).

No Brasil, há 3.019 domicílios com peplemeters para a coleta de dados de audiência para as pesquisas regionais e para a montagem do PNT (Painel Nacional de Televisão). Os peplemeters estão distribuídos nos domicílios segundo a tabela a seguir:

Região	Domicílios da amostra
Grande São Paulo	750
Grande Rio de Janeiro	450
Grande Porto Alegre	250
Grande Curitiba	250
Grande Belo Horizonte	250
Grande Salvador	250
Grande Recife	250
Grande Brasília	250
Outras Cidades	319

Para a Grande São Paulo, os dados são transmitidos para a Central DATAIBOPE, minuto a minuto (realtime), através de radiofrequência e linha telefônica. Já nos demais mercados os dados são enviados à noite (overnight) automaticamente.

Depois dos dados coletados e trabalhados, o Ibope arquiva as informações no banco de Dados para possibilitar a comparação com outros períodos, montagem de um histórico e estudo das variações fora dos padrões estatísticos para avaliação de possíveis erros de coleta. Nas praças Fortaleza e Florianópolis, a coleta é realizada com a metodologia cadernos, através da qual as 280 famílias pesquisadas em cada uma das cidades preenchem um diário de controle de audiência, que é recolhido pela equipe do Ibope semanalmente.

Apesar de ser passível de muitas críticas, todas as etapas da produção dos dados de audiência do Ibope passam por um rigoroso controle de qualidade. Desde a manutenção e auditoria dos aparelhos de medição automáticos, até o estabelecimento de uma central de dúvidas para os domicílios respondentes, para os dados coletados serem fiéis à realidade. Cada etapa do processo de produção do dado final passa por uma análise de consistência e por um comparativo histórico, assim, se algum dado for muito discrepante de uma série histórica, a equipe de controle de qualidade verifica a validade daquele dado.

Faz parte do formato de programas como o Big Brother Brasil, a interação com os telespectadores por meio de telefonemas à emissora, ou do envio de mensagens através dos aparelhos de telefonia móvel (celular) com o objetivo de eliminar um dos participantes do programa, uma vez por semana. Foi surpreendente à própria empresa “OI” (operadora de telefonia móvel celular) que se chegasse à marca de 5 (cinco) milhões de ligações, quando o esperado otimista era de um milhão de ligações, o que, contabiliza um grande negócio, um grande fenômeno (Soares, A: 2004 pg. 126-133).

Acompanhei ao longo da exibição do referido programa, as enquetes que a empresa UOL (provedora da Internet) efetuava durante a realização do programa Big Brother Brasil 4. Essas enquetes em geral recebiam média de mil até cinco mil visitas às páginas da UOL dedicadas a essa questão, o que é bastante significativo em termos do uso do recurso Internet de comunicação (<http://www.uol.com.br/televisão/enquetes>). As enquetes do Big Brother Brasil 5 chegam a apresentar 15.000 visitas dos usuários de Internet. E chegam à surpreendente marca de 250.315 acessos, em 22/03/2005, conforme o site: http://cgi2.uol.com.br/cgi-bin/urnavirt/urna2.cgi?urna=bbb5_47 acessado em 22/03/2005 às 15h00min horas.

Durante os meses de exibição do programa, a página do Big Brother Brasil, do portal Globo.com se torna de longe a mais visitada do país, segundo Luciana Paiva, gerente do referido portal (Soares, A.: 2004 pg. 126-133).

A Rede Globo de Televisão lucrou tanto com Big Brother Brasil em 2004, que do ano já está sendo anunciada nova edição do programa, prevista para 2005, oferecendo agora um prêmio ao primeiro colocado de um milhão de reais, que é exatamente o dobro do prêmio ofertado em edições anteriores (quinhentos mil reais). Mas conforme o site JB online (<http://www.jb.com.br/jb/papel/economia/2005/03/12/joreco20050312004.html>)

acessado em 26/03/2005 observa no artigo de Bruno Rosa que na 5.a Edição, o programa apresentou grandes lucros, 40 milhões de espectadores diários e um faturamento da ordem de 75 milhões, sendo que um milhão de reais de prêmio ao vencedor seria dinheiro de gorjeta.

Mas nas origens da escolha do tema da dissertação também creio estar envolvida a minha trajetória pessoal. Fazendo uma retrospectiva, lembro-me bem quando ainda muito pequena, por volta dos meus quatro anos de idade, meus tios, na verdade tios do meu pai, compraram o primeiro aparelho de televisão de todo o clã. Era o ano de 1957. Além de causar verdadeiro frisson no clã, havia uma torcida dos familiares para que houvesse alguma festa de aniversário, porque era o mote para que pudéssemos ir à casa de nosso tio ver a máquina mágica e seus programas. Lembro-me de que nos meus três anos de idade eu ficava encantada vendo cantores, e principalmente bailados na TV. E que era um prazer mágico dançar na frente da TV, tentando imitar os bailarinos. Além de ser motivo de irritação de um dos meus primos, que adulto, queria assistir aos programas dizendo:

- Tira essa menina daí da frente!

Tenho clareza de que relembro esse tempo da infância, encontro meus primórdios de interesse por essa telinha mágica.

E aí o tempo passou. Fiz formação em Medicina, residência em Psiquiatria e formação em Psicanálise, na Sociedade Brasileira de Psicanálise de S. Paulo, de onde sou Membro Associado. Em meio à formação em Psicanálise deparo – me com deficiências nos meus conhecimentos em Filosofia e Epistemologia e sou apresentada ao Mestrado em Educação na UNISO (Universidade de Sorocaba), através de meu marido que estava cursando o mestrado. Os textos que ele me mostrava e que lia nas disciplinas do Mestrado me causaram curiosidade. Decidi unir o útil ao agradável, inscrevendo-me ao Mestrado

porque poderia estudar matérias relacionadas à Educação, tais como Filosofia da Educação, Sociologia da Educação e Metodologia da Pesquisa entre outras. Desse modo poderia alargar conhecimentos, o que me ajudaria na coordenação de grupos de estudo em Psicanálise (atividade que na época eu já exercia particularmente em meu consultório e já havia exercido na Associação Pró – Reintegração da Infância, que se dedica à formação de psicoterapeutas e atendimento a crianças e famílias). O mestrado também contribuiria na minha orientação para pesquisa em educação além da pesquisa em Psicanálise e seu ensino, que são pouco estudados em nosso curso de formação em Psicanálise. Na verdade no nosso atual currículo de formação em Psicanálise, da Sociedade Brasileira de Psicanálise de São Paulo, não observa cursos de práticas pedagógicas. Também desconheço que outros centros importantes de formação em Psicanálise apresentem ofertas na formação de professores da área. Talvez pela complexidade do aprendizado em Psicanálise, que depende essencialmente da própria análise pessoal do interessado, das supervisões dos casos por ele atendidos e dos seus estudos de teoria. Não vou me alongar nesse foco. Mas reconheço que o Mestrado em Educação poderia me auxiliar a meditar mais sobre Didática e formação de professores, num sentido amplo. Não só na área de Psicanálise, mas em outras áreas também. Também na área de pesquisa em Psicanálise ainda estamos engatinhando.

E aí veio outro conflito: o que pesquisar? Principalmente o que pesquisar, tendo em vista as linhas de pesquisa do Mestrado na nossa Universidade ser voltadas para dois tipos de focos de interesse: pesquisa na área de currículo ou pesquisa dos processos pertinentes à sala de aula.

À época de me definir na minha pesquisa estava ocorrendo a 4.a edição do Big Brother Brasil, da Rede Globo de Televisão. E como vivo na sociedade do espetáculo sou estimulada por essa sociedade, até para pesquisa, crítica, aplauso ou condenação. E assim

surgiu meu interesse, minha busca por tentar estudar o que está acontecendo nessa nossa sociedade que parece passiva diante de programas como este. Será que este tema poderia ser debatido em salas de aula? Será que isso está acontecendo? Jovens poderiam querer ou não querer participar de programas como esse? Que alento os jovens podem sentir num mundo marcado pelas imagens como esse nosso mundo do espetáculo? Estudar vale a pena, num país de tantos desempregados, que até passaram pelas escolas, inclusive com nível universitário e pós – graduação? Terá alento o cidadão que vive nessa sociedade do espetáculo e se depara com uma estatística desanimadora que aponta a existência de mais de 10 mil doutores desempregados no nosso país. Sim, senhores. São 10 mil doutores desempregados, que certamente fizeram toda uma trajetória de formação, de estudos. Sem contar que muitos deles sacrificaram suas vidas estudando em países do exterior, com toda uma série de sacrifícios para muitos, mesmo para aqueles que vieram de famílias privilegiadas economicamente.

Em matéria do Jornal O Estado de São Paulo, de 09/02/03, disponível no site: http://www.2uol.com.br/aprendiz/guia_de_empregos/primeiro/noticias/ge090204.htm#1, que pude verificar em 08/03/2005, pode-se observar alguns pontos observados pelo pesquisador Adalberto Luís Val, do Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia (INPA), mostrando essa situação em números. Entre os anos de 2000 e 2002 formaram-se 16.130 novos doutores no Brasil, dos quais menos da metade, 7.758, foram fixados, isto é conseguiram emprego na área de formação. Ele acrescenta ainda, que dos 16.130 formados, nada menos que 13.476 fizeram doutorado na região Sudeste. Mas na hora de oferecer emprego, esta região deixa a desejar. Dos 13.476 formados apenas 3.186 foram fixados, resultando um déficit de 10.290 vagas. Também é assinalada falta de políticas de fixação desse pessoal. Observamos a existência de regiões do Brasil como as regiões de fronteira (Acre e Amapá),

onde só 10 a 20% dos professores são doutores. São regiões que mais empregam doutores do que consegue formá-los.

Por observar contradições como essa, por verificar o quanto um programa como o Big Brother Brasil move as pessoas, interessei-me em pensar nas influências desse tipo de programação, investigando questões outras presentes no programa, tais como: o que é público e o que é privado e seus limites tênues, assim como valores éticos presentes hoje em nosso meio. Por exemplo: observamos alguns elementos no nosso meio social que estão se tornando corriqueiros, tais como: radares fotográficos nas estradas e vias públicas, para que sejam observados os limites de velocidade preconizados para o tráfego; câmaras de televisão nas estradas rodoviárias, para que não só se observe as condições de trânsito, como também o comportamento tanto de pedestres, quanto de motoristas; câmaras de televisão em lojas de departamentos, em redes de supermercados ou outros tipos de lojas, para flagrar as possíveis tentativas de roubos, nesses lugares, e outros usos tecnológicos para o controle. Nessas situações mais cotidianas como dirigir nas estradas e nas ruas das cidades será que só respeitamos os limites e regras quando somos vigiados? Para que mundo estamos caminhando? Será que o livro e filme 1984, de George Orwell (Orwell, G.: 1949), que inclusive influenciou as origens desse tipo de programa, é o retrato do tipo de sociedade, para o qual estamos nos encaminhando? Adiante serão feitas observações mais detidas a respeito desse livro, suas influências e idéias, no capítulo terceiro.

Acredito que com estes aspectos assinalados tenha justificado a validade de minha pesquisa. Após essa introdução serão desenvolvidos quatro capítulos, nos quais serão observados os seguintes pontos:

- No Cap. 1 foi feito um retrospecto do nosso mundo atual, tendo como foco a questão do mundo enquanto espetáculo, enquanto força da imagem, globalização, e da força da Televisão e novas tecnologias .
- No Cap. 2 é estudada mais especificamente a Televisão, com suas linguagens, sua função de socialização, e dos modos como ela pode ser usada, inclusive na educação.
- O Cap. 3 ocupar-se-á especificamente de fazer um retrospecto sobre os *reality shows*, focalizando o programa “Big Brother Brasil” e suas origens. Ainda neste capítulo há observações usando o referencial psicanalítico sobre o que estimula e incentiva pessoas a se auto - confinarem e exibirem seu cotidiano, sem se importar com a invasão da sua privacidade e intimidade.
- No Cap. 4 é descrita uma pesquisa e sua metodologia, apresentando o que foi encontrado em campo entrevistando professores. Este capítulo procura mostrar que possíveis interpretações são possíveis, frente aos dados encontrados também usando mais especificamente o referencial psicanalítico.
- Por fim são apresentadas algumas discussões e considerações finais sem conclusões fechadas, de sorte que temos uma transitoriedade no processo do conhecimento e do saber.

Foi feito diálogo com autores tanto da Psicanálise, a saber, Freud, Bion e Rosenfeld e autores mais voltados à Sociologia e Filosofia da Educação, tais como Theodor Adorno, J. Habermas ou Régis Debray. Este último foi político bastante presente na política francesa. Foi assessor para assuntos estrangeiros do presidente francês François Mitterrand na década de 80 atuou em missões no Terceiro Mundo. Além desses autores foram tomados outros autores ligados à área da comunicação social.

Compartilho dos pensamentos de Mário Fernando Gutierrez Olortegui (2000: pg.11), expostos em sua tese de Doutorado intitulada: “Televisão: entre o vazio e a sedução”, que em sua introdução traz na abertura um pensamento bastante tocante de Lourenço Vilches, de sua obra “La televisión: los efectos Del bien y Del mal” (Vilches, L. apud Olortegui, M. F. G.: 2000 pg. 11) e que diz:

“Na nova fase da modernidade a única coisa que existe entre o indivíduo e a sociedade... é a
Televisão”.

Se a televisão faz mediação entre o indivíduo e a sociedade, fica evidente que é importante pensar sobre esta relação, principalmente quando está em jogo uma audiência tão significativa, com suas conseqüentes influências sobre valores éticos e culturais.

Pensar nesta relação entre o indivíduo e sociedade é algo profundamente conflituoso, sendo esta relação nada clara nos dias de hoje de globalização, que por sua vez é um processo em trânsito. Além disso, a globalização é um processo amplo que vai além da dinâmica de integração e compartilhamento dos recursos tecnológicos de informação, dos mercados, da comercialização entre países, mas principalmente implica na fragmentação das identidades, dos valores, dos imaginários e das relações entre indivíduos e sociedade. Esta fragmentação se expressa pela circulação diversificada de objetos simbólicos, do consumo desses objetos e da sua incorporação a um imaginário social, o que vem gerando o “desvanecimento” das fronteiras entre o “público e o privado”. Essa ruptura entre o “público e o privado” implica na “dissolução entre os limites e sentidos que diferenciavam na modernidade, a esfera social e o mundo privado”. Habermas (1984) afirma que a comunicação é realizada pela mídia e a cultura de massa, em função dos mecanismos de intercâmbio cultural e do livre mercado. E que a mídia cumpre um papel complexo neste processo de “individualização e socialização” tendo a ver com a

“dissolução” das fronteiras entre o que é “público – social” e o que é o “privado – individual”.

Para realizar esta pesquisa em relação aos *reality – shows*, estilo Big Brother Brasil, inevitavelmente é importante estudar a essência dos estudos das mediações na comunicação, procurando descrever as manifestações, os fenômenos e as estruturas que governam esta relação. O que será diferente na nesta proposta de estudo é procurar entender esses fenômenos da comunicação procurando correlacionar com valores éticos, culturais, além de pensar no que possam influenciar crianças e jovens. Mais do que isso é relevante pensar se esse assunto é discutido em sala de aula com alunos, ou ainda o que temos feito no que se refere à Educação para criar uma consciência mais crítica de todos os envolvidos na Educação: pais, alunos, professores e dirigentes de escolas. Estariam nossos professores preparados para essa missão de estimular nos seus alunos uma visão crítica do que é veiculado na Televisão? Esses mesmos professores teriam suficiente consciência crítica do seu papel de educadores e colaboradores na formação de uma consciência crítica de alunos, que também são telespectadores?

Tendo feito estas considerações iniciais podemos pensar algo sobre o nosso mundo atual.

1. MUNDO DO ESPETÁCULO

Considerando-se que dentro de um conceito econômico, globalização signifique um processo típico da segunda metade do século XX que conduz à crescente integração das economias e das sociedades dos vários países, especialmente no tocante à produção de mercadorias e serviços, aos mercados financeiros, e à difusão de informações (Ferreira, A.B.H.: 1999 pg. 991) e que as novas tecnologias de comunicação e de processamento de dados contribuíram enormemente para a globalização, é importante observarmos que quando nos colocamos a pensar nos nossos destinos e no futuro, é impossível não associarmos essas questões numa escala mundial. Movidos por um mundo “globalizado” e influenciado pela abertura das fronteiras econômicas e financeiras, pelas teorias de livre comércio, pelas novas tecnologias da informação vai aumentando mais e mais nossa interdependência planetária. Criam-se muitas promessas na emergência deste mundo novo. E ao mesmo tempo surgem muitas incertezas e apreensões na busca de soluções dos problemas em escala mundial.

Vivemos neste planeta a globalização das atividades do mundo contemporâneo, com extrema rapidez do crescimento demográfico, apesar de ter ocorrido ligeiro declínio da taxa de fecundidade dos dois últimos decênios, de tal forma que a população mundial, apesar disso, não parou de aumentar: atingindo 5,57 bilhões de pessoas em 1993 e hoje já passa dos 6 bilhões e 427 milhões de habitantes, conforme David Levine no artigo: “População mundial” que podemos observar acessando a internet em: <http://www.novomilenio.inf.br/porto/mapas/nmpop.htm> (acesso em 008/03/2005).

Devemos salientar que esta fonte da Internet traz num ritmo dinâmico a população no mundo, naquele momento consultado.

Evidentemente essa expansão de crescimento populacional nos leva a pensar que as decisões dos nossos destinos precisam ser consideradas cada vez mais, segundo uma dimensão planetária, num momento histórico em que a tecnologia encurta o tempo e o espaço. Porque nunca antes as conseqüências dessas decisões, sejam boas ou más, atingiram um número tão grande de indivíduos. Dessa forma é importante pensarmos nas possibilidades que a globalização está nos oferecendo.

1.1. Mundo globalizado: vantagens e desvantagens

O fenômeno da globalização nos apresenta aspectos muito favoráveis como por ex. acessar via internet os dados mais diferentes sobre os mais variados assuntos; vermos em tempo real eventos importantes para o mundo como os jogos olímpicos; conversar com alguém do outro lado do continente via telefone com o recurso dos satélites; pagar as contas nossas de cada dia sem sair de casa; e tantas outras possibilidades. Mas não podemos deixar de pensar nos aspectos desfavoráveis abrangendo inclusive as atividades criminais, porque se podemos globalizar os bons exemplos, evidentemente os maus também terão fluxo entre as nações. De tal sorte que as fronteiras ficarão mais permeáveis aos fluxos de informação e de moeda. Do mesmo modo que será facilitado o tráfico clandestino de drogas, armas, material nuclear e até de pessoas, hábitos, a constituição de redes de terroristas e de malfeitores, e a expansão do fenômeno da lavagem de “dinheiro sujo”, ou ainda os crimes praticados via Internet, como por exemplo: roubos de contas bancárias pelos hackers que

conseguem invadir computadores de clientes acessando dados pessoais e senhas dos mesmos.

Foi com muito espanto que nos deparamos com os fatos ocorridos no fatídico 11 de setembro de 2001. Resultaram na chacina de milhares de pessoas, com a queda das Torres Gêmeas (ícones da economia americana) e principalmente no grande golpe na auto - estima do povo americano, que se iludia no seu ufanismo peculiar, acreditando que estivesse acima do bem e do mal. Não vou nesse momento entrar nas particularidades desses fatos, com suas causas e conseqüências, até porque não é o foco principal de interesse deste trabalho, mas é inegável que esses fatos são decorrências das inúmeras desigualdades que o nosso mundo globalizado mostra de forma tão sedutora. O fato de 11 de setembro de 2001 foi escolhido como espetáculo, por colocar em cena dois aviões cortando dois prédios atingindo-os e partindo - os como se corta uma laranja, tendo por testemunha milhões de pessoas assistindo ao vivo e em cores, pelas telas de TV. Lamentavelmente não tínhamos como negar essas catástrofes. Estava lá! Na tela. Na tela da sociedade do espetáculo. De maneira tal que em tempo real assistíamos abobados ao que estava acontecendo. Poderíamos pensar em dois grupos de interessados em mostrar o espetáculo: o grupo responsável pelo atentado, interessado em mostrar quem dirigia o espetáculo, num sentido de demonstrar que não há povo inatingível. E havia o grupo das redes de TV do mundo todo, interessados em mostrar a notícia e também interessados em obter os lucros do espetáculo, através da audiência.

Refletindo sobre os sofrimentos humanos, usando um referencial psicanalítico posso fazer algumas hipóteses sobre esses tristes acontecimentos. Freud ao escrever sobre a civilização nos convida a considerar que a humanidade tivesse três fontes principais de sofrimento: o poder superior da natureza com suas intempéries; a fragilidade dos nossos

corpos, que podem ser alvo de doenças, ou de acidentes e a inadequação das regras que procuram ajustar os relacionamentos mútuos dos seres humanos na família, no Estado e na sociedade (Freud. S.: 1930 pg. 81-177). Ele considera que as duas primeiras fontes nunca serão dominadas inteiramente mesmo com os grandes avanços tecnológicos, porque nunca dominaremos completamente a natureza e nosso sofrimento corporal. Além disso, sempre existirão limitações à adaptação e realização humana. E quanto à fonte social de sofrimento, Freud nos convida a considerar que criamos regras e leis, tentando bem viver, na busca de proteção e benefício para cada um de nós. Porque do contrário, ele acredita que seríamos capazes de furar os olhos uns do outros, entre outras coisas. Mesmo assim, teremos que considerar mal sucedidas as tentativas no campo da prevenção de sofrimento. Considera ainda, que o que chamamos de civilização é em parte responsável por nossa desgraça e que seríamos muito mais felizes se a abandonássemos e retornássemos às condições primitivas. Freud considera ainda que os inúmeros avanços tecnológicos prometessem ao homem a felicidade, iludindo – o de “ter se tornado uma espécie de “Deus da prótese”, mas que apesar disso o homem não se sentisse feliz em seu papel semelhante a Deus”. O ponto alto desse texto citado é expresso na afirmação de Freud sobre nossa inclinação para a agressão, que podemos detectar em nós mesmos e supor com justiça que ela está presente nos outros. Esse é o fator que perturba nossos relacionamentos com o nosso próximo e força a civilização a um tão elevado dispêndio (de energia). Em consequência disso, dessa mútua hostilidade primária dos seres humanos, a sociedade civilizada se vê permanentemente ameaçada de desintegração. Freud afirma que precisamos abandonar nossas ilusões e esperanças da juventude depositadas nos nossos semelhantes. Assinala o quanto sofrimento pode levar à aprendizagem, quantas dificuldades temos a

enfrentar no mundo, na nossa civilização, principalmente o quanto de competição existe nela e na vida humana.

Esta crítica de Freud à civilização reflete as promessas do modelo positivista do mundo da Ciência, que ao final das contas não foram alcançadas. Quando me refiro ao modelo positivista do mundo da Ciência, estou me referindo a um modelo de pensamento que advém do tipo de Ciência spenceriana, uma adaptação modernista do empirismo de Isaac Newton e do racionalismo de Descartes. Acreditava-se que se a humanidade fizesse muitas descobertas científicas seria feliz. E que as máquinas revolucionariam o mundo, a aprendizagem programada e seria a onda futuro. Colocar o homem na lua no final da década de 60 foi uma conquista, mas constatar a explosão da nave espacial Challenger, duas décadas depois, provocou um desencanto na América, desse modelo da racionalidade técnica. Porque ela não foi capaz de deter a fome no mundo, as guerras, o comunismo não conseguiu ser implantado de maneira a ser eficiente, o uso de drogas no mundo não o melhorou, as armas químicas e nucleares ainda nos ameaçam. Enfim a tal felicidade da tecnologia acabou não ocorrendo (Doll.Jr., W. E.: 1997).

Nos anos 1970/80 Thomas Kuhn considera o uso do conceito de paradigma, aplicado à história do fazer científico (Kuhn, T.: 1998). Usando do significado clássico de paradigma em Platão, por exemplo, ele toma a idéia de modelo, associando que o candidato à cientista irá usar de modelos do campo científico de seu interesse, a fim de moldar-se nos fundamentos de ciência do seu campo escolhido. Esse autor está preocupado em observar um conjunto de fenômenos e de como caminha a ciência e seus pares, com relação ao comportamento da comunidade científica. Para ele, “quando a comunidade científica repudia um antigo paradigma, renuncia simultaneamente à maioria dos livros e artigos que o corporificam, deixando de considera - los como objeto adequado ao escrutínio científico”.

Com isso afirma que essas rupturas não são imediatas. Isso nos fará entender que depois do modelo de Ciência positivista de Copérnico, Newton, Galileo Galilei, culminando com Albert Einstein, Werner Heisenberg estejamos agora vivendo um novo paradigma. Ele teria começado na última década do século XX. Hans Küng chama –o de “pós – modernismo” (Doll, Jr., W. E.: 1980, pg.18). Teria gerado o novo modelo da Física, da Química e da Biologia, bem como de uma nova Metafísica, Epistemologia e Cosmologia. No campo das humanidades gerou muitas discussões e um filósofo que representa bem esse momento é Jürgen Habermas. Para Habermas o papel da filosofia é apenas o de emprestar coerência ao relato dos resultados da ciência no que diz respeito à História e aos dilemas e perspectivas da atualidade. Ele afirmou “Modernidade – um projeto inacabado” em 1980, num discurso pronunciado em setembro de 1980, quando recebeu o Prêmio Adorno. Mas o que se observa ainda é um momento de transição, porque a Ciência sai de uma busca de certezas e ordem simétrica, para uma ordem assimétrica e caótica (Habermas, J.: 2000).

Há quem atribua que o início da era pós – moderna teve início na segunda metade do século passado. Isso é uma reputação atribuída a Toynbee em 1947 (Lisondo, A.B.D.: 2004, pg.335-358). Ela nasce com a arquitetura e a computação e na filosofia um pensador importante é Jean François Lyotard. Siqueira (2000), Mestre e Doutor em Educação pela Universidade Federal de Santa Maria (RS), apresenta vários pensamentos de Lyotard, no seu artigo “*A Performance sob uma lógica tecnicista*” publicado no site: <http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/performance.html>, ao estudar a sociedade pós-moderna. Ele diz que podemos encontrar vários pontos negativos na [sociedade pós-moderna](#), com repercussões em todos os aspectos de nossa vida. Principalmente quando o pensamento marcante está centrado na maneira como a performance vem sendo

considerada. O sistema atual, na busca de uma maior performance (desempenho), exige que as pessoas sejam "*operacionais (isto é, comensuráveis) ou desapareçam*" (Lyotard, in apud Siqueira:2000). Aqueles que por algum motivo (idade, renda, saúde, etc.) não estiverem atendendo às exigências de performance impostas, são desprezados pelo sistema, e neles nada se investe, Exemplo claro disto, são os aposentados; seu desempenho já não impulsiona mais a performance do sistema, e por isso podem até ser considerados vagabundos (também devemos esquecer o que foi dito!?). No nosso país isso é visivelmente observado nos modos de evolução da previdência social e de como lidou recentemente com velhos de 90 anos, que deveriam comparecer aos postos para recadastramento. O repúdio da população fez com que o Ministério da Previdência recuasse nesse desatino, conforme Cleide Silva (07/11/2003), para o Estado de São Paulo (www.estadao.com.br).¹

As relações econômicas, políticas, socioculturais e tecnológicas, são todas performativas, pois reduzidas à sua operacionalidade, são instrumentos para otimização da performance do sistema social, formando-se uma rede hipertecnista de performatividade. Para a reprodução desta rede, as [práticas educacionais](#) tem um importante papel, que é o de "*fornecer ao sistema jogadores capazes de preencher de forma aceitável seus papéis nos postos pragmáticos exigidos por suas instituições*" (Lyotard, in apud Siqueira:2000). Vemos então que aluno passa a ser jogador no sistema social. Por isso é tão relevante pensarmos que rumo está tomando a Educação e para onde vamos.

¹ São Paulo - O ministro da Previdência, Ricardo Berzoini, disse hoje em São Paulo que vai apurar uma possível falha na comunicação em algumas agências do INSS, que teria feito com que inúmeros aposentados com idade acima de 90 anos permanecessem várias horas na fila para um recadastramento. Segundo, ele, a orientação era para que um familiar comparecesse às agências ou então informasse sobre a impossibilidade de o beneficiário ir ao local. Nesse caso, o INSS enviaria um funcionário à casa do aposentado. Fonte <http://www.estadao.com.br/economia/noticias/2003/nov/07/83.htm>

Neste sentido, a ciência passa a ser uma força de produção, estando associada mais ao desejo de enriquecimento do que o de "saber". Como resultado, o investimento em pesquisa é voltado para aquelas áreas que dão lucro, ou seja, prioridade aos estudos voltados para as "aplicações"; enquanto isto, *"os setores de pesquisa que não podem pleitear sua contribuição à otimização das performances do sistema, são abandonados pelos fluxos de créditos e fadados à obsolescência"* (Lyotard, in apud Siqueira:2000). Sob o viés do ensino, questões políticas e socioculturais capazes de contribuir para a autonomia do indivíduo, deixam de ter sentido, e os alunos, inclusive das Ciências Humanas, preocupam-se apenas com a questão "onde vou aplicar isto?".

Avaniel Marinho (Médico Veterinário, Empresário, Poeta, graduado em Marketing e pós-graduado pela UFPE - Universidade Federal de Pernambuco) nos apresenta um retrospecto do contexto histórico da era pós moderna na internet, no site: <http://www.avanielmario.com.br/posmodernismocontexto.htm>. Nesse artigo ele considera que temos mudanças na filosofia, nas ciências, nas artes e na literatura ocorridas a partir de 1950 (principalmente nos países avançados) e 1960 (no Brasil) . Por ser um movimento tão recente, provoca muitas polêmicas. São pontos marcantes da era pós moderna:

- Profundas e aceleradas transformações ocorreram nos campos econômico, político e tecnológico a partir do pós-guerra. O capitalismo entra na fase *multinacional*, já que os Estados Unidos tornaram-se a grande potência ocidental, sendo a União Soviética seu único inimigo (no período da Guerra Fria).
- Novas formas de organização do mercado mundial e novas formas de industrialização consolidam a mídia eletrônica, principalmente a televisão. O

desenvolvimento de novos artefatos como os computadores, inspira considerar-se a *terceira revolução industrial*. Observa-se grande integração mundial através de um sofisticado *sistema de informações* sobre fatos, diversões e serviços. Tudo isso graças às novas tecnologias. O Pós-Modernismo nasce e se expande primeiro nas sociedades informatizadas. Este foi o primeiro estilo de época norte-americano, já que suas características estão ligadas ao modo de vida e valores dos Estados Unidos da América.

- O Pós-Modernismo conserva muito do Modernismo. É um aprofundamento, uma continuidade (e até mesmo modificação) de muitos traços modernos. Já afirmamos como o projeto da modernidade não nos trouxe a tão sonhada felicidade. Uma das razões foi o esvaziamento dos campos, superpovoando as grandes cidades, aumentando as classes médias e criando uma multidão de excluídos.
- Passa –se a questionar os antigos valores religiosos, estéticos e morais, que desapareceram ou foram modificados, ou sofreram outra hierarquização (Costa, J. F.: 2004, pg.132).
- A partir dos anos 50, o *consumo e a informação* substituíram o projeto da modernidade, que parecia ter se esgotado. E aos poucos, a tecnologia eletrônica de massa e individual (rádio, TV, computadores, etc.) vão saturando as pessoas com tantas informações, que chegam cada vez mais rápidas e influenciam, direta ou indiretamente, no consumo. A tela da TV ou o chip de computador podem ser vistos como símbolos da pós-modernidade.

- No contexto social e artístico o ambiente pós-moderno é marcado de informações produzidas principalmente por *imagens eletrônicas*; uma espécie de *hiper-realidade*, mais sedutora, fascinante e espetacular do que apenas o uso das palavras.

Tudo pode ser transformado num *show* para a mídia. A hiper-realidade e o espetáculo são muito usados nas notícias, na ficção, nos musicais, nos esportes, nos documentários e nos comerciais, estimulando o consumo. Isso é facilmente observado nos dias de hoje onde tudo é show, desde a invasão da favela pela polícia em tiroteio, mostrado na TV que “sangra” (programas policiais que são veiculados na TV aberta nos horários da faixa que vai de 17h30min as 19h00min horas); na modelo fotográfica que expõe seu abdômen na TV em rede nacional para realizar um exame de Ultra-som com um aparelho de última geração que trará fotos 3D (três dimensões) da face e do sexo do bebê; nas tragédias como o Tsunami; os assassinatos de reféns de terroristas. Tudo pode se transformar em forma de imagem e som hiper real . Principalmente se for produto de consumo imediato.

- O ser pós-moderno é alguém submetido a um constante bombardeio de informações, principalmente dirigidas ao consumo. De tanta propaganda, os objetos anunciados vão se tornando uma necessidade para o indivíduo. Mesmo que ele não compre, e só veja na tela. Assim mesmo já está consumindo.
- O indivíduo pós-moderno tem uma sensibilidade frágil, identidade indefinida, gostos, sonhos e motivações padronizadas. Suas certezas e ideais não são de longo prazo, mas sim de momento presente. E principalmente há uma substituição do gozo, que antes podia ser postergado, atendendo assim à repressão, para a idéia de que o prazer tem que ser algo para ontem, e conseqüentemente inadiável. Uma

tentativa de comunicar que repressão é algo de ruim, quando sabemos pela Psicanálise, que nem sempre isso é verdade. Reprimir o desejo de matar alguém é algo de importante e vital (Freud, S.: 1930). Mas no mundo das imagens do espetáculo, nem sempre o incentivo à repressão é o predominante. O fato de Freud ter revolucionado as idéias sobre a sexualidade e seu desenvolvimento, não quer dizer um escancarar para o tudo pode, sem responsabilidades. Ou de que só o gozo sexual em si é o que conta (Freud, S.: 1910).

- Hotéis e *shopping centers* são os melhores exemplos da **arquitetura** pós-moderna. As construções misturam vários estilos passados, como arcadas românticas, ornamentos barrocos e colunas gregas. Cores vibrantes e muita luz dão um efeito de movimento, desequilíbrio e alegria. Os hotéis chegam a tal sofisticação que já se está aguardando com frisson a construção de um hotel submarino em Dubai, Arábia Saudita, cuja cotação será sete estrelas. Um bom exemplo de cidade que traduz a arquitetura pós moderna é Las Vegas., cujos cassinos e hotéis são o paraíso do consumismo e do descompromisso com identidade de estilo. Esqueça seus conceitos tradicionais do que é uma cidade. Las Vegas parece ter por objetivo mudar nossas idéias urbanas e fazer a gente esquecer da realidade. Os hotéis cassinos competem entre si, para chamar a atenção dos turistas, hóspedes, jogadores e famílias inteiras, conforme podemos observar na fig. 1, na página seguinte, que retrata um hotel com exuberantes fontes luminosas. Pirâmides de faraós, logo adiante uma Torre Eiffel, mais alguns metros e ocorre uma erupção vulcânica em plena calçada, depois os lagos de Veneza, os prédios de New York, fontes de águas dançantes ao som da música, e assim por diante. É uma festa visual deslumbrante, e torna-se difícil não ser contagiado por aquele ambiente de faz de conta. Devo

salientar ainda que em Las Vegas hoje você pode caminhar numa rua e nela avistar um cassino. Amanhã não se espante se os donos desse lugar falirem, e os novos donos quiserem implodir esse lugar, transformando-o em nova edificação, mesmo que isso custe muito dinheiro. Assim é essa cidade espetáculo.



Fig. 1 - Foto do Hotel Bellagio de Las Vegas, extraído da Internet, no site: http://images.google.com.br/images?q=Bellagio%20Las%20Vegas&hl=pt-BR&lr=lang_pt&sa=N&tab=wi, exibindo suas fontes aquáticas exuberantes, como exemplo de modelo de construção pós moderna.

Os shopping centers são o templo do consumismo e ótimo exemplo do mundo pós moderno. São milimetricamente calculados a serviço de oferecer boas imagens, agradáveis recantos de roupas, sapatos, artigos de decoração e o que mais se possa pensar. Lojas agora não são só fonte de compras de artigos de fato necessários. São ilusão de satisfação e felicidade. Além de formarem um grande grupo, a serviço do mercado de consumo. Mas

até nesses grupos quem tem mais imagem e performance paga menos custas à administradora dos shoppings. Chamam a isso de lojas “âncora”, que quer dizer lojas que atraem clientes, que dão o “porto seguro” de vendas. Não podemos nos esquecer que os shopping centers são muito bem dimensionados no que se refere à praça de alimentação. Lá estarão os pontos de fast food. No mundo pós moderno comer é algo que não pode esperar. E fast food dá a ilusão de uma comida pronta, rápida, tipo: “tá na mão”. O que não é bem assim. Sabemos que esse mundo fast food pode nos levar a meditar conseqüências muito sérias, conforme nos diz Michel Apple (1996) e seu trabalho “Consumindo o outro: branquidade, educação e batatas fritas baratas” que mostra os imensos campos de plantação de batatas num país asiático. Esses campos ao serem instalados tiram agricultores locais do seu habitat desempregando-os. O resultado é sua evasão do campo indo morar miseravelmente nas cidades. Apple ainda assinala a falta de escolas no local, fruto de um arranjo atribuído por ele ao modo capitalista, que opera de tal forma a ocultar as necessidades dessa população, que em geral sequer tem registros e documentos. Assim sem esses dados não se tem porque criar escolas. A conseqüência é um futuro sombrio às crianças e habitantes do lugar. Tudo isso em nome de uma rede que tem esse modo de produção para suas famosas batatas fritas, que são consumidas em abundância nos shoppings. O mundo do espetáculo é assim. Mostra o que de belo está no palco, mas seus bastidores têm de ser ocultados a qualquer custo, conseguindo manter o espetáculo e mantendo em segredo suas mazelas.

Nas **artes plásticas**, volta-se à representação realista de figuras, mas acentuando o hiper-realismo. Objetos e imagens retiradas do consumo popular passam a ser retratadas.

Na **música**, temos do *rock e suas variações*(*heavy metal, doom metal, trash metal, por ex.*) até às inúmeras variações da "música eletrônica" atuais. Alguns artistas trabalham com o silêncio ou com um único som repetido até a exaustão, até misturar som de instrumentos com efeitos eletrônicos ou com a voz humana. O rock e a música eletrônica são cenários de explosão das festas que começam depois das 23 horas. Não têm hora para acabar. No momento são chamadas festas Rave e exibem jovens bêbados e se queimando no sol que já vai alto, além da uma da tarde, ao som de algo que lembra o som de uma bate estaca de construção. Mas tudo regado a muito prazer, na maior parte das vezes impulsionada pelo combustível droga, sendo que estas se mostram cada vez mais sofisticadas, mais fortes em efeito e mais rápidas, inclusive no modo de produzir acidentes. Não devemos atribuir o uso de drogas a essa era ou tempo. Isso é muito mais antigo no ser humano do que essa época. Desde a Roma Antiga embriagar-se era entregar –se ao deus Baco e aos prazeres. O que eu quis enfatizar é a sofisticação das drogas atuais, que são mais pesadas e de efeito mais rápido. É interessante observar uma droga desse nosso tempo: Ecstasy. O nome já diz e promete: diversão incansável, clímax. Muitas vezes com um quarto de comprimido o sujeito já experimenta os efeitos do “prazer imediato”. Como também é notável o número de jovens que no primeiro comprimido tiveram efeitos desastrosos terminando no pronto socorro, em quadros de alta desidratação, sudorese e febre.

Além das festas é de chamar a atenção o modo de relação dos jovens pós modernos, o “ficar”. O significado disso é o do não compromisso, das relações fugazes, intensas, às vezes maciças. Mas principalmente rápidas. Em Psicanálise posso pensar num mecanismo de negação dos laços. E de um querer evitar a qualquer custo às dores do gostar.

Principalmente se isso levar a gostar sem ser gostado. Não falei em amor. Isso é algo de muito mais maduro. Na verdade o que observamos nesse modo de se relacionar é a atração física. Acredito que esse modo adveio de uma “liberação sexual”. Se as pílulas anticoncepcionais em 1960 aparentemente tinham ajudado nas questões de evitar gravidez, nos anos 80 não contávamos com a AIDS. Nesse sentido, os jovens nem sempre se preocupam com riscos dando vazão ao mundo dos ímpetos. Podem ser tanto românticos em geral negando perigos e deixando de lado o cuidado de se prevenir de uma gravidez ou da AIDS, como podem cometer excessos com drogas ou álcool, sem se preocupar com conseqüências ou danos. É muito fácil ouvirmos deles nos nossos consultórios, quando tentamos indagar sobre os riscos e perigos:

__ Ah !! Mas comigo não vai acontecer !!

O que posso supor em Psicanálise é que muitos desses jovens precisam expressar algo através dessas experiências. No caso do sexo libertino estilo “ficar”, como eles dizem, acredito que estejam buscando aconchego e amparo, como quem quer ter algo por sobre a pele (uma roupa, um agasalho, algo como o que o bebê precisa), e que é semelhante às experiências iniciais da vida de um bebê (Bick, E.: 1967). Lembro-me bem de paciente jovem, que lamentava ter perdido a namorada e que me dizia que mesmo se relacionando mal, era melhor estar com ela, porque pelo menos era um corpo para abraçar. Como também jovens que se drogam ou se alcoolizam podem estar querendo fugir das dores emocionais e da vida. Buscam como que anestesiarem-se e não se dão conta dos ataques que estão cometendo a si mesmos (Rosenfeld, H: 1971, pg. 243-259).

Pessoas assim ainda estão muito distantes da condição de terem consideração por elas mesmas ou pelos outros. Se formos observar muitas delas, suas famílias não lhes

oferecem amparo para um desenvolvimento emocional. E se observarmos os estímulos que esses jovens têm da sociedade em que vivem, nosso alento pode ser menor ainda. Porque observamos na atualidade a transposição do pai para o terreno político e a correlativa transferência da família para o terreno social, conforme Cabas (1998: pg.12), que é Professor Doutor da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Cabas considera ainda que a família tornou-se coisa pública e a paternidade função social. Assinala que mais que isso, a família na luta pela vida se transporta na produção de bens, transferindo-se para a escala industrial da produção de massa. Assim, a esfera íntima da família fica também sujeita às regras do mercado. Isso nos faz pensar que espaço dará a seus filhos pais que tenham que trabalhar tantas horas por dia ou mães excessivamente preocupadas com a luta pela carreira. É inegável que conta a qualidade do contato, mas também se não houver oportunidade de contato que jovens estaremos formando?

Justamente pensando na globalização e no ser pós moderno é que podemos observar brechas para que programas do tipo *reality shows* cheguem até nosso país e nos demais do mundo numa velocidade astronômica. Pois se o mundo é espetáculo, a vida antes privada, agora pode se tornar pública.

1.2. O avanço da tecnologia e o descompasso da ética

Carly Fiorina, que foi importante executiva do Grupo HP de componentes de informática, concedeu entrevista a jornalista Leandra Peres.² Trata-se de matéria

² Revista *Veja* Ed. 1866, ano 37, n. 32, 11 de agosto de 2004.

importante, na medida em que ela é chamada de dama digital, sendo considerada muito poderosa no mundo corporativo americano, através de título concedido pela Revista Fortune pelo sexto ano consecutivo. Ela tem 49 anos, e não seria difícil entender o porquê desse título, dado o fato de dirigir a 11ª maior empresa dos EUA, uma fábrica de computadores, impressoras e outros equipamentos digitais, que no ano passado faturou 73 bilhões de dólares. Além disso, comandou há dois anos atrás a compra da Compaq pela HP, numa operação que envolveu 19 bilhões de dólares. Contou que tem pouco tempo para leituras ou hobbies. É formada em História Medieval e filosofia, além de ser ex - professora de inglês.

Afirmou que a era digital está na sua infância. E que há indicadores desse fato observáveis através, p.ex., na fotografia. Não há mais mistério, não é preciso esperar o processo de revelação para saber se uma fotografia ficou boa. As pessoas estão enviando instantaneamente fotos de um lado para o outro do planeta, tiradas inclusive pelo telefone celular. Ela acredita que os governos possam mudar seus modos, porque com os dados digitais, quem sabe se tornem mais receptivos às demandas sociais. Estamos assistindo a mudanças históricas dos fundamentos das sociedades modernas. As fronteiras geográficas não são mais barreiras para a troca de informações. Isso tudo vai transformar as fontes das quais se origina o poder. Nesse ponto da entrevista a jornalista questionou se a tecnologia tem tanto poder assim. E ela respondeu que a nossa noção de moral, do que é certo ou errado, leva mais tempo para evoluir do que a tecnologia. As idéias mudam mais lentamente. E deu um exemplo cotidiano de que a maioria das pessoas concorda que os pequenos furtos que ocorrem em lojas são ofensas e devem ser punidos por lei. Mas nos roubos de conteúdos digitais, as pessoas não têm muita certeza se é certo ou errado. Citou o caso dos inumeráveis softwares e programas que são pirateados ou dos CDs de diversos

tipos . Os que usam e praticam da pirataria justificam o fato dizendo que os preços dos programas e CDs originais são abusivos. Os que detêm os direitos dos CDs originais e programas não recuam nas questões dos preços, afirmando que os custos são altos. Além do fato de que em certos programas implica num monopólio que é muito mais grave que nossas oligarquias rurais do passado. Para isso podemos ilustrar com a empresa Microsoft e seu Windows, que tem criado preocupação e polêmica nos Estados Unidos e no mundo. Nos Estados Unidos já ocorreram manobras para limitar o poder de Bill Gates e sua Microsoft.

Isso mostra que a ética está defasada. Ou nós os humanos agora interpretamos os princípios éticos de acordo com nossas conveniências? Os avanços da biotecnologia são outros desafios. Que ética deve prevalecer na clonagem? São questões para as quais ainda não temos respostas. Elas virão. Com o passar do tempo novos ordenamentos éticos e morais vão estar alinhados com as tecnologias que geraram os desafios hoje sem resposta.

Neste ponto gostaria justamente de tocar num fato bastante importante do mundo em que vivemos. Assistimos aos avanços tecnológicos, mas não observamos que o crescimento dos povos no que se refere à consideração pelo outro, ou ao acesso democrático de todos os avanços tecnológicos e científicos por todos. O entendimento de que os bens que descobrimos são para todos, ainda está muito distante da humanidade, na medida em que assistimos lamentavelmente pessoas ainda morrendo de fome, e quantidades imensas de alimentos sendo jogadas ao lixo.

Nesse nosso mundo da era pós moderna é marcante o quanto o sujeito tem que ser eficiente, tem que ser competente, tem que ser capaz, como já assinalamos nos pensamentos de Lyotard. Justamente por isso é que pensei encontrar justificativas para falar da televisão, e do quanto caberia à Educação, num dos seus principais papéis, dotarem a

humanidade da capacidade de dominar seu próprio desenvolvimento. A educação deveria fazer com que cada um pudesse tomar seu destino nas mãos, contribuindo para o progresso social, baseando o desenvolvimento na participação responsável dos indivíduos e das comunidades. Também estaria implícita neste papel, a condição de estimular as pessoas quanto à expansão de uma consciência crítica. Para que assim o sujeito pudesse usar de um recurso como a televisão, de tal modo a assistir às programações tendo uma visão que fosse muito além daquela que os produtores de televisão e seus realizadores procuram transmitir.

Considerando a Educação como um caminho para a emancipação e cidadania dos indivíduos, fiquei aqui pensando em observar mais detidamente as influências que um programa do tipo *reality show* do estilo Big Brother Brasil pode provocar. O que motiva interesse das pessoas, a ponto de participar de um *reality show*? Certamente num primeiro momento é fácil pensarmos no prêmio ofertado, mas com certeza existe muito mais do que isso. Escolhi para epígrafe dessa dissertação, a letra da música “Admirável Gado Novo” de Zé Ramalho. Nela o autor procura nos remeter à condição do quanto somos convidados muito mais a ser uma massa humana, que pode se manter sem reações e sem se rebelar, frente ao que é ofertado em termos de idéias e fontes de lazer.

A idéia ou conceito de existir no social uma massa amorfa advém de Adorno, quando falou sobre o que pensava da televisão numa entrevista que concedeu poucos dias antes de morrer. Adorno(1971) foi um estudioso preocupado sobremaneira com a Educação pós Auschwitz. É propício lembrar suas afirmações, quando nos disse:

“Levando em conta que a democracia só é possível graças à auto-análise, e por conseqüência a democracia caminha para uma sociedade de emancipados, pessoas que se enquadram cegamente no coletivo fazem de si mesmas meros objetos materiais, anulando-se como sujeitos dotados de motivação própria”.

E que essa postura o levava a pensar numa massa amorfa de pessoas. Além do que estudou e se interessou pela televisão, pensando que ela ocupara um espaço crescente nas discussões relacionadas com a educação. Na ocasião desses estudos em 1947, ao lado de Horkheimer escreve *“Dialética do esclarecimento”*, texto em que aparece a expressão famosa *“indústria cultural”*, como também pensamentos de como a ciência, o progresso tecnológico e a cultura podem servir de base para uma barbárie fascista. Concedeu em 16 de julho de 1969 uma entrevista ao jornalista Kadelbach na sede da Rádio de Frankfurt junto de Hellmut Becker (Adorno, T.: 1995, pg. 75-95). A televisão estava em suas fases iniciais e na Alemanha estavam oferecendo cursos noturnos a adultos. Observava-se uma diminuição do interesse desses adultos em frequentar a escola para ficarem em casa vendo programas de televisão. Adorno fez um estudo analítico meticuloso deste veículo nos Estados Unidos, onde procurou investigar os programas de televisão e seu público. Por ter sido observador analítico é que a entrevista de ambos proporcionou boas perspectivas de orientação e discussão. Nessa entrevista Adorno ao ser perguntado sobre sua opinião a respeito da televisão disse:

“ A televisão tem diante do conceito de formação dois significados: por um lado se coloca diretamente a serviço da formação cultural, quando por seu intermédio tem fins pedagógicos, mas por outro lado tem uma função formativa ou deformativa operada pela televisão como tal em relação à consciência das pessoas, conforme somos levados a supor a partir da enorme quantidade de espectadores e da enorme quantidade de tempo gasto vendo e ouvindo televisão. Contudo as pesquisas ainda não encontraram resposta específica à pergunta tão popular nos Estados Unidos: “What television does to people?” Que efeitos a televisão provoca nas pessoas?”

Enfatizou ainda tanto quanto Becker o seguinte: *“Sim, e principalmente as pessoas que “fazem” tevê precisam refletir profundamente acerca de sua atividade”*. Ambos

entrevistados acreditavam que o povo precisava ser educado para assistir televisão, de tal forma que não fosse iludido pelo seu conteúdo.

Adorno ao falar de “televisão como ideologia” enfatizou que observando as representações televisivas norte – americanas, percebia a tentativa de inculcar nas pessoas uma falsa consciência e um ocultamento da realidade, além de, procurar impor às pessoas um conjunto de valores, para convencer de que são dogmaticamente positivos. Em relação a isso Becker diz:

“... no fundo existe o perigo dos jovens procurarem imaginar o amor, por exemplo, tal como ele é apresentado na TV, isto é, assumam para as relações humanas muito diretas representações estereotipadas antes que eles mesmos procedam fixados em representações estereotipadas”.

Exemplo disso pode ser visto no número crescente de adolescentes grávidas, que querem imitar a mocinha da novela ou Xuxa que quis ter uma produção “independente”.

O jornalista nesse ponto indaga de ambos sobre as conseqüências da influência da TV em assuntos políticos e sua atuação sobre a sociedade. Na medida em que pessoas que produzem os programas de televisão têm posições diferentes e até opostas. Eles reconheceram que a TV pode contribuir para transformar a consciência das pessoas, o que explica como a mídia pode ganhar uma eleição.

O entrevistador passa então a falar com ambos sobre a questão dos preparativos para a introdução de uma televisão educativa. Perguntou se temiam que a esfera íntima da educação pudesse ser perturbada pela invasão da sala de aula pela televisão. Ambos demonstraram preocupação com esse fato dizendo que um programa bem preparado de TV poderia tornar o aluno em sala de aula, depois entediado. Esse recurso foi amplamente expandido nos cursos preparatórios ao vestibular em São Paulo, a partir de 1970, sendo em seguida usado em escolas do ensino médio. O efeito da tela foi tão devastador ao longo dos

anos, que hoje é difícil pensar numa aula sem Data show. O nome já diz: show. Novamente ele anteviu a força da imagem na educação, aliada ao recurso TV.

Adorno terminou esta entrevista considerando que a televisão era um veículo técnico novo (na época). Considerou que como veículo de comunicação de massa sua tarefa fosse a de conseguir encontrar conteúdos e produzir programas apropriados em seu conteúdo para este veículo, e não impostos ao mesmo a partir de seu exterior. Assim teriam valor:

- ❖ O documentário e seus elementos informativos;
- ❖ A montagem de um programa sem se distanciar da realidade;
- ❖ A interação entre pesquisa e produção de programas;
- ❖ O rompimento de toda esfera íntima da escola
- ❖ E por fim, a interação entre programas especiais e programação geral, que parecem estar em conformidade com a configuração social e tecnológica específica deste veículo de comunicação de massa.

Deste modo seria importante pensar na linha de orientação para o que deveria ser o rumo da televisão, para que ela representasse um avanço e não um retrocesso do conceito de formação cultural. Becker a esse respeito assinalou a organização, os grupos de controle e de programação da televisão, cujos produtores precisam tematizar as questões levantadas por Adorno.

Adorno ao se preocupar com questões educativas e com a consciência crítica de quem vê TV salienta que pessoas que se enquadram cegamente em coletivos (como a TV possibilita), podem converter a si próprias em algo como um material, dissolvendo-se como seres autodeterminados. Isto combina com a disposição de tratar outros como sendo uma massa amorfa. Para os que se comportam dessa maneira usou o termo “caráter

manipulador” em “A personalidade autoritária”. Salientou o perigo de pensamentos como os observados em personalidades como as dos monstros nazistas, ou os numerosos casos de delinquentes juvenis, líderes de quadrilhas e tipos semelhantes, diariamente presentes no noticiário. Não surpreende tipos de personalidade assim se expressarem em pessoas pertencentes a equipes de produção de programas televisivos ou até mesmo na figura de certos apresentadores de TV.

O número de horas que as pessoas gastam no dia vendo TV, principalmente crianças, pode passar de mais de 4 horas por dia. O povo brasileiro é um dos maiores consumidores de TV no mundo. Uma pesquisa americana veiculada na internet no site: http://www.andi.org.br/noticias/templates/boletins/template_direto.asp?articleid=3698&zoneid=21 revelou que crianças e adolescentes brasileiros são os que mais assistem TV na América Latina. A pesquisa Kiddo's – Latin América Kids Study 2003 revela: as crianças brasileiras têm uma relação mais forte com a TV que todas as demais da América Latina. Entre 1.503 entrevistados no Brasil, 99% têm a mídia televisiva como principal veículo de entretenimento e 81% assistem à TV duas horas ou mais por dia. Foram entrevistados meninos e meninas de 6 a 11 anos das classes A, B e C, residentes nos grandes centros urbanos do País. Realizada também em cinco países da América Latina, no Brasil a Kiddo's foi feita pela MultiFocus Pesquisa de Mercado. De acordo com a Pesquisa de Mídia 2000, do Ibope, há cerca de 12 milhões de telespectadores na faixa etária de 2 a 14 anos no Brasil. Mas 80% dos programas assistidos são para adulto. A pesquisa Kiddo's também mostra que, dos 10 programas de maior audiência entre crianças e adolescentes de 4 a 17 anos, 8 são considerados para adultos (novelas, filmes, programas humorísticos, telejornalismo e programas de auditório). No entanto, isso não significa que as atrações adultas sejam as preferidas dos meninos e meninas. Dos 50 programas citados como seus prediletos, 40

eram infanto-juvenis (21 eram desenhos animados) e apenas 10 eram outros tipos de programa. O fato de meninos e meninas assistirem a mais produções dirigidas ao público adulto, apesar de preferirem aquelas voltadas a sua própria idade, é explicado pelos hábitos da casa. De acordo com a pesquisa Kiddo's, mais de 50% das crianças com até 11 anos assistem TV entre 18 e 21 horas. “Fica muito claro que o cotidiano dos pais de trabalhar durante o dia, chegar a casa e ligar a televisão para relaxar influencia essa audiência. Os filhos querem ficar com eles e acabam assistindo o que eles assistem. Mas os próprios pais, ouvidos em nossa pesquisa, revelam que gostariam que houvesse bons programas infantis nesse horário. As crianças vêem mais a programação adulta porque não têm opção”, explica Ana Helena Reis, diretora da MultiFocus Pesquisa de Mercado.

É interessante observar que hoje uma rede de TV como a MTV, canal voltado à música e para jovens, chega a sugerir que o telespectador desligue seu aparelho receptor por pelo menos uma hora e vá ler um livro? É relevante encontrar essa contradição verificando-se que essa imagem é veiculada por 15 minutos, o que é significativo em termos de faturamento numa rede de TV. A campanha Desligue a TV e vá ler um livro, da MTV, parece estar surtindo efeito.



Fig. 1 A – Logotipo da Campanha “Desligue a TV e vá ler um livro”, da MTV, disponível no site: www.mtv.com.br

De acordo com dados do Ibope, 1.259.491 pessoas assistiram à vinheta entre 1.º e 8 de novembro, quando entrou no ar a segunda fase da campanha. Nela, após estampar a frase na tela, a emissora realmente tira sua programação de cena e mantém o áudio de um zumbido chatinho durante 15 minutos. Mantovani explica que não deixou de exibir os comerciais programados para esses 15 minutos de pausa. Foram acomodados em outros horários. Mas a MTV deixou de faturar. Em 15 minutos, ele calcula que teria cerca de dois breaks, com 12 comerciais - 30 segundos, entre 13 e 15 horas, aos domingos, custam em média R\$ 1.640,00. De segunda a sexta, saem por R\$ 4.830,00.

No site: http://www.sitedovestibular.com.br.php?not_id=3827 está registrado que 14% desligaram a TV, conforme o pedido da campanha, que vai ao ar entre 13 e 15 horas.

Atualmente século XXI, ainda levantam-se questões que possam nos esclarecer o fascínio ou sedução que existe no interesse pela televisão e por estilos de programas do tipo “reality show”, para justificar essa audiência.

O fato é que na sociedade do espetáculo tudo se faz e muito se faz para ter que mostrar competência e para tentar ser visto. Isso nos faz lembrar que a figura do Fausto de Goethe nunca esteve tão atual, como um de seus heróis culturais. Marshall Berman (1986: pg.39-84) que escreve sobre a modernidade nos escreve :

“Quase quatrocentos anos após sua entrada em cena, Fausta continua a atrair a imaginação moderna”. “A figura de Fausto é um símbolo de irresponsabilidade política e de indiferença à vida”.

Fausto de Goethe é uma das obras mais respeitadas e admiradas por Freud exatamente pela forma como ela se mostra enquanto trama, aspectos tão insólitos dos seres humanos. Vemos em Fausto, como nos assinala Berman uma exemplificação bastante

elucidativa do que pode ser a tragédia do desenvolvimento. Berman o apresenta sob três aspectos: o Sonhador, o Amador e o Fomentador. E associa esses aspectos indo desde a importância de um desenvolvimento espiritual, através do Sonhador, mas que ao mesmo tempo é mostrado como alguém empobrecido de contato com o mundo. Nesse sentido Fausto é apresentado como alguém culto, mas empobrecido e isolado de relações com o mundo exterior. Ao mesmo tempo em que Fausto se sentisse perto de Deus, fica vulnerável quando se depara com suas limitações. E é através dessa constatação que se torna presa fácil ao diabo, personificado na figura de Mefistófeles. Essa personagem mostra o estímulo à aceitação da destrutividade como elemento integrante da participação divina, como também como algo que possa lançar fora toda culpa e ação do indivíduo. Claro está que isso trará o lado bom e o lado mau presente nessa mensagem. Porque poderá estimular o sujeito a acreditar que com suas mãos e pés pode caminhar e realizar muito, como também poderá iludir o sujeito das suas próprias responsabilidades, quando por exemplo ele possa crer que o dinheiro seja uma extensão do homem, e que por meio dele esteja inerente todo e qualquer poder. Ou que não é ele sujeito que sente, que realiza e que age. Crê que todo o mal e o bem não estão nele (sujeito), e sim em Deus ou no Diabo.

Num segundo momento Fausto é apresentado como alguém que se apaixona. Alguém que ama e entretenceu sua vida na de outra pessoa. Fausto é apresentado como alguém que conecta seus rumos pessoais com as forças econômicas, políticas e sociais que dirigem o mundo. Aprende a construir e destruir. E ainda Berman (1986) nos diz: *“Expande o horizonte de seu ser, da vida privada para a pública, da intimidade para o ativismo, da comunhão para a organização. Lança seus poderes contra a natureza e a sociedade; luta para mudar não só sua vida, mas a vida de todos”*. Nessa altura Fausto assume novo tipo de vida: nada de sonhos e fantasias, nem sequer teorias, mas programas

concretos, planos operacionais para transformar a terra e o oceano. Fausto pretende mover o próprio mundo. Poderíamos pensar nesse sentido na tecnociência. E tanto no Fausto de Goethe, quanto no nosso mundo atual, muitas vezes não se mede esforços em nome do “progresso” e do resultado final. Fausto lava as mãos e condena o diabo, como responsável pelos seus atos de crueldade, como o que se observa numa passagem da história em que há interesse em certo pedaço de terra e que é de propriedade de um casal de velhos. Como isso atrapalhasse os interesses de Fausto, Mefistófeles tira o casal de velhos do caminho, matando-os. Fausto apesar de se indignar com o diabo, acusando-o de que não ordenara violência, chama Mefisto de monstro e manda-o embora. No fundo Mefistófeles captou os desejos de Fausto e assumiu esse seu lado perverso, agindo E a arrogância do poder faz com que Fausto não se perceba da sua própria tragédia.

Acredito haver mesmo muitas possibilidades de associações entre Fausto e nosso desenvolvimento cultural, social, e industrial, como assinala Berman, mas para o mundo de hoje atual penso que há diferenças gritantes, se pensarmos que no Fausto a busca da personagem era de conhecimento, poder e sucesso. No nosso mundo de hoje a busca é pelo sucesso e fama, não importando se para isso o sujeito tenha talento, o que mostrar ou conhecimento. Se pensássemos num modelo do materialismo histórico, em mais ou menos valia, em mercadoria haveria algo a negociar ou apresentar ao mundo social ou cultural. Nada mudou tanto numa época da sociedade vivida por Goethe, por Marx ou por Freud. Mas no nosso mundo atual como estudaremos mais adiante no capítulo 3 ao falarmos dos *reality shows*, e especificamente do Big Brother Brasil, a busca é pelo sucesso e acima de tudo pela fama, não importando se há ou não o que apresentar à sociedade, do ponto de vista social ou cultural. O que importa é mostrar o espetáculo, é ser espetáculo. É essa a mercadoria. Se Freud (Freud, S.: 1915) com seu Inconsciente nos mostra que não somos

donos das nossas vontades e destinos, Marx mostra o quanto travamos lutas com a mercadoria e suas seduções (Marx, in “Os Pensadores: 1978”).

1.3 Um mundo onde todos querem ser caciques

Refletindo então sobre quem é esse homem pós moderno é interessante notarmos o que alguns estudiosos como Regis Debray (1992) e Guy Debord (1997) apontaram como marca cada vez maior e mais forte dessa nossa era, as questões ligadas à imagem e à aparência. Como damos importância a elas, de maneira tal que tudo que era diretamente vivido se afastou numa representação. E que tudo vira espetáculo.

Lendo A Sociedade do Espetáculo de Guy Debord (1997), em seu primeiro capítulo, observei alguns pontos que considero muito relevante. A começar pelo pensamento inicial que Debord toma de Feuerbach (Feuerbach, in apud Debord, G.: 1997), que escreve:

“E sem dúvida o nosso tempo... prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser... O que é sagrado para ele, não é senão a ilusão, mas o que é profano é a verdade. Melhor, o sagrado cresce a seus olhos à medida que decresce a verdade e que a ilusão aumenta, de modo que *para ele* o cúmulo da ilusão é *também o cúmulo* do sagrado.”

Debord considera ainda que toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção, se anuncia uma imensa acumulação de espetáculos. De tal forma que tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação (ou mudou de representação).

As imagens que se desligaram de cada aspecto da vida fundem-se num curso comum, onde a unidade desta vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente desdobra-se na sua própria unidade geral enquanto pseudomundo à parte, objeto de exclusiva contemplação. E a especialização das imagens no mundo chega a tal ponto, que o mentiroso mentiu a si próprio. Tenho um exemplo interessante, neste sentido.

É o caso de um amigo de meu filho, que freqüentava nossa casa. Freqüentavam o mesmo clube e daí se conheceram. Era um clube freqüentado pela classe média de nossa cidade de Sorocaba. O passo seguinte foi freqüentarem a casa um do outro. Essa pessoa, na época adolescente, dizia que havia estudado desde o pré – primário numa escola particular tradicional e de custo caro, de nossa cidade. Dizia ainda que seu pai era engenheiro e que sua mãe era coordenadora pedagógica da escola em que ele e meu filho estudavam. Para querer fazer uma imagem de família classe média alta, o amigo de meu filho ainda dizia que havia se mudado de um condomínio elegante e caro de uma cidade vizinha à nossa, para um bairro próximo ao clube que ele e meu filho freqüentavam. Alegava que essa mudança seria para facilitar a distância do trabalho dos pais e as idas à escola dele e de seus irmãos, já que o condomínio onde supostamente residiam era 18 km distante de Sorocaba. Acreditei em tudo isso, até o dia em que fiz uma visita a casa desse garoto, na sua festa de aniversário, a convite de sua família. Em meio a uma conversa com sua mãe perguntei sobre a mudança da família e ela esboçou uma reação de espanto, dizendo que nunca havia morado em outro lugar. Falou com segurança que morava há mais de 18 anos naquela casa. Disse que a família nunca havia morado num condomínio. E aí descobri as outras mentiras. O amigo do meu filho estava na escola atual fazia dois anos. Estudara o Curso fundamental em escola pública. Seu pai não era engenheiro e sim um tecnólogo e sua mãe ao invés de coordenadora pedagógica, era telefonista.

Desnecessário dizer que nos decepcionamos muito com esse adolescente. E aí penso que ao lado de conflitos pessoais sérios, que ele apresentasse e que não vou me deter em analisar; estávamos diante de um jovem, que na sociedade do espetáculo, não acreditou que tivesse lugar ou vez na minha casa e na vida do amigo, se não passasse a imagem de alguém abastado, ou freqüente nas colunas sociais dos nossos jornais da cidade. E mentiu com tal categoria, que acreditava em suas próprias mentiras, arrastando para si inclusive seu irmão, que sustentava toda essa fábula, que ele havia criado. No campo pessoal acredito que esse adolescente apresentasse sua auto – estima bastante comprometida. Alguém mais confiante na condição de ser aceito e querido, não precisaria usar do expediente da mentira e da fantasia. Numa observação psicanalítica penso que eu estava diante de alguém que apresentasse expressões do que Rosenfeld (1997) chamou de narcisismo destrutivo, no qual o sujeito não se sentindo aceito ou querido, pode se sentir o pior. E sendo assim não mede esforços em ser o pior de todos, ou de imprimir sofrimento àqueles que ele acreditou que fossem responsáveis por essas suas angústias. Digo isto porque seus pais sofriam com esse tipo de comportamento. Mas pensando por um lado que considere a inserção social do sujeito, acredito que esse jovem tivesse se sentido pressionado por esse mundo do espetáculo. E como Debord, acredito que o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.

E no mundo do espetáculo, a linguagem é constituída por signos da produção reinante, que são ao mesmo tempo a finalidade última desta produção. Podemos observar em programas de TV, como os reality shows, que a finalidade última é tornar-se mito ou celebridade. Aí tem lugar no elenco de tais programas o negro, o pobre, a mulher do tipo corpo perfeito, o rapaz Office – boy, etc. Porque há um interesse em mostrar que as figuras menos valorizadas na sociedade do espetáculo, se deram bem e venceram, mudando assim,

a imagem. Mas não se iluda o leitor. Nunca vimos pessoas com mais de 50 anos nestes programas, nem tampouco gordos e muito menos pessoas com qualquer tipo de deficiências. De tal modo que neste mundo realmente invertido, o verdadeiro é um momento do falso. Porque nem todo pobre vai vencer, nem todo negro vai ter vez, nem toda pessoa conseguirá ter formas perfeitas e muito menos esses elementos são necessariamente passaporte para ser feliz ou se dar bem na vida. Como nos diz Marion Minerbo (2001: pg.8-13):

“O fato é que, se há lugar ao sol para todos os filhos de Deus, o mesmo não pode ser dito da luz dos holofotes, que são bem mais importantes do que o sol, na sociedade do espetáculo. Os filhos da mídia certamente desfrutam de maior visibilidade do que os comuns, mortais, filhos de Deus”.

Essa mesma autora ainda diz :

“Sempre soubemos que quem é vivo aparece, mas atualmente a coisa se inverteu: quem aparece está vivo, e quem não aparece desaparece, vítima de um mal gravíssimo, o anonimato. E mais: quem aparece está vivo, porém não para sempre. Assim os holofotes passam a iluminar outra pessoa, esta se transforma em cacique e o primeiro retorna ao pó. Há muito tempo deixamos de nos contentar com 15 minutos de fama. E não foi nossa vaidade que aumentou. É que sabemos que a luz dos holofotes se tornou uma questão de vida ou morte”.

De tal modo que essa sociedade se comporta com atitudes que expressem a seguinte máxima: o que aparece é bom e o que é bom aparece. Essa composição do procedimento do nosso social traz ciladas incríveis. Se você for talentoso e não aparecer, é interpretado como um problema para você, porque é uma forma de seleção natural na nossa sociedade do espetáculo. De tal modo que quanto mais se aparecer, mais o sujeito será cortejado pela mídia. Nesse sentido tenho um depoimento pessoal através da expressão de uma paciente que me disse um dia: “ Você não é muito marketeira.”! Quando lhe perguntei o porquê, ela me disse notar que outros colegas meus faziam de tudo para dar palestras, serem vistos

e que parecia que eu não me preocupava com isso. Eu interpretei para mim depois desses textos de Debord, o quanto minha paciente estava movida por essa condição social. Além do quê, estar em análise é algo de bastante reservado, e não uma grife que se vista ou se calce. O psicanalista Cláudio Rossi (2003) escreveu interessante trabalho sobre isso, no qual diz que uma vizinha sua nunca lhe cumprimentou nos elevadores do prédio onde reside. Bastou dar uma entrevista na TV e a garota toda saltitante no elevador fez questão de dizer que estivera vendo sua entrevista na TV.

Podemos pensar nesse aspecto não só no mundo dos que trabalham na TV, mas também no mundo do Teatro, das Artes, e até mesmo da Educação. Pessoas que aparecem no mundo da Educação podem ser cortejadas a participar de revistas, mesas – redondas, fóruns, palestras, cursos, cargos políticos e científicos, sem que necessariamente sejam as mais destacadas ou as de melhores conhecimentos, ou ainda valor. Neste ponto pessoas como os artistas de uma novela podem se tornar uma *grife* (vide o quanto o público pode aderir a um tipo de roupa, calçado, jóia porque viu na novela). E o mesmo pode se dizer de um professor ou educador, que pode também se transformar numa *grife*, num objeto de consumo. De acordo com isso, ou seja com esse tipo de seleção *natural*, se você não aparece, a culpa é sua e de sua incompetência – se não profissional, certamente de *marketing* pessoal. Ninguém sentirá sua falta quando submergir ao anonimato. Porque o quanto a pessoa pode aparecer na sociedade do espetáculo tem uma duração, de tal sorte que aquele que hoje é interessante, amanhã poderá não ser. Há, portanto uma transitoriedade no quanto se podem ter os holofotes direcionados numa pessoa, ou num tema, assunto, fato, sistema político, tipo de modelo de roupa, de carro, de sistema econômico, enfim, vários focos possíveis de interesse. Claro que isso pode ter conseqüências boas e até mesmo desastrosas. Pensemos na forma como os sistemas

políticos se consolidam, no formato como se pode influir nos resultados de uma eleição para diferentes cargos, principalmente políticos. Estou pensando nesse tipo de conseqüência, porque na medida em que uma eleição para cargos políticos é hoje desenvolvida essencialmente com a força e influência da mídia e dos seus diferentes recursos, Isso pode premiar um candidato nem sempre mais preparado ou digno. O que é exaltado nesse processo é a imagem do sujeito, com toda sorte de expedientes que ele (sujeito) pode vir a usar. E como na sociedade do espetáculo há uma característica de silêncio e do ocultar, no sentido de se manter a imagem, as conseqüências nos processos de escolha política podem ser catastróficas. Vejamos para ilustrar o caso de Fernando Collor e sua ascensão à Presidência da República. Foi apresentado como o grande governador de Alagoas, o que iria vestir os descamisados, atraiu pessoas da classe artística que tivessem impacto na população, e melhor ainda ia caçar os marajás. Depois de ser eleito, passou a ter interesse em demonstrar que era capaz de vencer desafios incríveis. Dizia que venceria o tigre da inflação com um tiro único. Passou a tentar feitos incríveis, como ir à selva amazônica, andar em aviões caça da força aérea. Enfim, do dia para a noite só não vestiu concretamente a roupa de super – homem, porque a sua assessoria de marketing não lhe pediu. E quando foi rompida a lei do silêncio da sociedade do espetáculo, começamos a experimentar toda sorte de dores e constatação e de incoerências no meio desses fatos. Vítima da indignação de seu irmão, e nesse sentido interesses particulares e familiares entraram em jogo, pudemos descobrir quem de fato era Fernando Collor e do que tinha sido capaz. Amargamos um sentimento de roubo de nossas poupanças, dos nossos fundos de garantia. Ao lado de sermos convidados a viver a essas frustrações assistíamos reportagens apresentando a Casa da Dinda (residência oficial da família Collor) que era uma verdadeira ofensa aos descamisados, que ele disse que resgataria. E por fim o marajá a ser caçado seria

com certeza ele mesmo. Fica compreensível se aceitarmos a idéia da existência de um Inconsciente, tal qual Freud (1915) considerou, e de que muitas vezes temos muito mais de representação e de conteúdos por detrás das palavras, gestos e atos (Freud, S.: 1910). É curioso como nas linguagens da mídia, principalmente como veremos na televisiva, é necessário saber a quem endereçar a mensagem e como. O que não é fácil. E apesar de tudo não se pode enganar o povo para sempre. Basta ver que quando Collor incitou o povo a ir às ruas de verde e amarelo, em sinal de protesto o povo saiu de preto e de luto, porque já havia percebido o engodo de que fora vítima.

Uma explicação que pode nos ajudar a pensar sobre esse exemplo acima citado é o fato de que no mundo da sociedade do espetáculo os valores estão no falso e na ilusão e a mercadoria passa a ser o espetáculo. O mundo ao mesmo tempo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo da mercadoria é assim mostrado como ele é, pois o seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e face ao produto global. É importante ainda salientar que no mundo do espetáculo ocorre uma perda da qualidade, tão evidente a todos os níveis da linguagem espetacular, dos objetos que ela louva e das condutas que ela regula. Não faz senão traduzir os caracteres fundamentais da produção real que repudia a realidade: a forma – mercadoria, sendo uma ponta a outra a igualdade consigo própria, a categoria do quantitativo. É o quantitativo que ela desenvolve, e ela não se pode desenvolver senão nele. Podemos através dos pensamentos de Guy Debord e da sociedade do espetáculo entender assim, o que é essa ânsia de audiência, que reina no mundo da TV, de forma tão neurótica e obsessiva. As empresas televisivas acompanham on-line, quais os índices de audiência atingidos durante a realização dos programas levados ao ar ao vivo. Chegam a diminuir ou aumentarem o tempo do que está sendo levado ao ar, de acordo com os interesses de audiência. Ex.: Se

determinada entrevista estiver rendendo pontos de audiência, ela pode ser prolongada ou sumariamente cortada, ainda que de conteúdo considerado culturalmente relevante, porque não está sendo suficientemente interessante aos índices esperados. Podemos pensar no quanto pode ser manipulador esse tipo de procedimento, na perda de espontaneidade e da criatividade. Ao mesmo tempo em que nem sempre o que está sendo exibido como relevante, é de fato relevante e culto. Mas sem sombra de dúvida será algo de lucrativo e rendoso em termos econômicos.

Assim o espetáculo é a outra face do dinheiro: o equivalente geral abstrato de todas as mercadorias. Mas se o dinheiro dominou a sociedade enquanto representação da equivalência central, isto é, do caráter permutável dos bens múltiplos cujo uso permanecia incomparável, o espetáculo e o seu complemento moderno desenvolvido, aparece em bloco como uma equivalência geral ao que o conjunto da sociedade pode ser e fazer. Espectáculo e mundo mercantil estão totalmente interligados. O espetáculo é o dinheiro que se *olha somente*, pois nele é já a totalidade do uso que se trocou com a totalidade da representação abstrata. O espetáculo não é somente o serviço do *pseudo – uso*, é já, em si próprio, o pseudo – uso da vida. Nesse sentido, programas do tipo reality show, estilo Big Brother Brasil, representam muito bem o que é focalizar a pseudo – vida. Mostrando exatamente vinte quatro horas ininterruptamente a vida de pessoas auto – confinadas espontaneamente e que na perda da privacidade, justamente não mostrarão exatamente como são, ou como de fato é a vida de cada um deles.

E nesta sociedade do espetáculo observamos uma dependência mútua. Porque a sociedade depende da economia e a economia depende da sociedade. Além de ser importante salientar que o sujeito não pode emergir senão da sociedade, isto é, da luta que está nela própria. Porque como o próprio Debord (1977, pg.170 nos diz: “No espetáculo,

imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que não seja ele mesmo.”).

Na sociedade do espetáculo a mercadoria se contempla a si mesma num mundo que ela própria criou. São idéias que apresentam enorme semelhança e pontos comuns no que Régis Debray (1993) considerou a respeito da imagem, sua força e de como essa força se dilui na força do poder econômico.

Ainda pensando nas idéias de Marion Minerbo (2001), já anteriormente citadas e extraídas de seu trabalho Caciques e índios na sociedade do espetáculo, gostaria de salientar um tópico bastante interessante por ela considerado. Trata-se do Coeficiente de Exposição à Mídia(C.E.M.).

“Se o seu C. E. M. for igual a cem, ele se multiplicará exponencialmente, pois nenhum evento poderá dispensar sua presença e a cada novo evento seu coeficiente só faz aumentar. Se o seu coeficiente for zero agora, ele tenderá a zero no futuro, pois sua chance de vir a ocupar a luz dos holofotes é cada vez mais remota. Na verdade, o seu C.E.M. pode até deixar de ser zero e aumentar, digamos para dez. Porém neste mesmo período de tempo, quem tinha C. E. M. = dez aumenta na mesma proporção, de modo que na prática o C. E. M. estrutural tende a permanecer constante.”

Não é à toa que se fizermos observação detalhada de programas do tipo coluna social eletrônica (Programa Amaury Jr.), ou programas do tipo resenha de fofocas de artistas (TVFAMA, Rede TV), há muitas vezes por parte de alguns, a necessidade de aparecer a qualquer custo. Não fica difícil compreender programas de sátira como “Pânico na TV”. No referido programa há uma personagem chamada de Repórter Vesgo, que tudo faz para ridicularizar pessoas que queiram aparecer a qualquer custo ou aqueles que se negam a dar entrevistas, depois de tanto terem lutado pela fama. Nos programas do tipo coluna social eletrônica casamentos de pessoas muito ricas, aniversário de jovens

debutantes, festas de clubes são veiculados mediante o pagamento de um cachê. Para empresas seria investimento no marketing dos seus produtos e para pessoas colunáveis seria um investimento na sua imagem, que pode também resultar em negócios para essas pessoas. Ou se pesquisarmos aquelas pessoas que tudo fazem para participar de talk shows, de mesas redondas, de debates televisivos, que em geral nada acrescentarão aos conhecimentos dos telespectadores. Em geral essas pessoas, tudo farão para dar seu telefone de contato ao final da programação, almejando com isso aumentar seu C. E. M. Almejam conseguir participar de outros eventos, principalmente daqueles que atualmente estão muito atuais: os eventos nos quais o convidado é presença vip (extraído da sigla americana V. I. P. = very important people). Neste caso o que contará será a veiculação do telefone de contato. Ser presença vip é ser mais que convidado especial. É negócio. Porque o convidado vip, ganha cachê para aparecer no evento. Ele é a mercadoria e negócio, porque é considerada pessoa que atrai a presença de outras pessoas, e conseqüentemente giro de dinheiro.

Nesse imaginário somente alguns poucos parecem gozar do mítico estado de completude narcísea. São as celebridades, que aparecem de forma corriqueira nas Revistas do tipo Caras, Chiques e Famosos e que foram criadas especialmente para estas pessoas, que em nossa cultura, se transformam em verdadeiros “objetos de desejo”. É evidente que serão cobiçadas em todos os sentidos. Sem podermos nos descolar desse imaginário, se as celebridades detêm toda a potência, resta-nos o lugar da impotência frustrada por uma performance medíocre. E isto não pode ser creditado apenas à neurose de cada um. É preciso considerar que somos a expressão individual de algo maior, o inconsciente de nossa época.

Pensar na sociedade do espetáculo, na necessidade de ser celebridade como meta da eficiência, de produtividade e do se dar bem, é uma das facetas dela. Existem outras questões que estão também presentes, mas que não iremos nos aprofundar, apesar de não serem menos importantes. Uma delas diz respeito à produção de conhecimento no mundo contemporâneo. E outra diz respeito à questão da ascensão política dos que nem sempre seriam os melhores políticos ou melhores dirigentes, mas que foram os melhores apresentados pela sociedade do espetáculo. E neste último caso em particular, a sociedade do espetáculo se faz valer da mídia, em todas suas formas de expressão, para promover os candidatos a políticos. Claro que a TV tem importância ímpar, nessa área. Ela através da imagem, por excelência, agora se dedica a fazer de sua excelência o candidato, o político de amanhã, mesmo que ele possa ser o mais medíocre dos medíocres. Mas através de enaltecer a imagem, e através dela ocultar tudo o que for de interesse, o candidato pode virar uma farsa eleita. Aliás, ocultar, como já vimos também é algo que é característico e faz parte da sociedade do espetáculo. Podemos inclusive entender mais amplamente essa característica, através das informações, que nem sempre são veiculadas na sociedade do espetáculo, para que assim, não desestabilizem o sistema de mercado e garantam um “status quo” do sistema político e econômico. Exemplo disso foi amplamente observado, quando da doença de nosso político Tancredo Neves, que estava seriamente adoecido e estava às vésperas da posse à Presidência da República. Para que não se desestabilizasse o sistema e fosse garantida a democracia, ou uma transição mais eficaz de um período de governo militar para um período de governo civil, nem todas as notícias chegaram ao público.

- ◆ Como também é bastante discutível a produção científica que se produz na sociedade do espetáculo. Se como mostramos a sociedade do espetáculo operacionaliza com a mercadoria, no que se refere aos sistemas de informação, de comunicação, de produção,

etc., o sistema de produção científica também é afetado de tal forma a ser mercadoria cultural (Duarte, N.: 2003). Editam-se mais livros do que podemos ler. E o que fazer com as pilhas de dissertações, teses, revistas que se acumulam em nossas mesas? Se antes pesquisar, produzir ciência era atividade necessária, agora em excesso, nem sempre acrescenta e paralisa. Podemos com certeza desconfiar desse tipo de produção científica, principalmente aquelas que apenas queiram garantir a visibilidade de uma instituição e “ocupar espaços”, para aparecer e ser vista, porque isso pode significar *marketing*. E aí a instituição será a mercadoria a ser vista e em evidência. Mas será que transformar nosso conhecimento em mercadoria e publicidade será a nossa alternativa principal, para garantir o mercado consumidor, do que quer que trabalhemos? Precisamos tomar cuidado para não sermos reféns do jogo e dos sistemas da sociedade do espetáculo. Deveríamos prestar atenção em alguns pontos, que podem nos dirigir nesse sentido:

- ◆ Estamos dirigindo nossas ações sistematicamente calculando garantir o mercado? Se estivermos procedendo assim, cuidado, porque estaremos perdendo de vista o principal, que nossa produção científica e intelectual;
- ◆ Temos nos empenhado em dizer que vivemos uma recusa à sociedade do espetáculo, agindo com veemência e indignação, e pretendendo ser exceção à regra? Cuidado, porque negar com obstinação, pode querer significar justamente desejar mais que nunca aparecer e ser visto, nem que seja negando com veemência;
- ◆ Se usarmos da Psicanálise, com respeito, verdade e transparência, poderemos usar de seu potencial crítico, para justamente *explicitar as regras do jogo social*.

E se pudermos entender as regras do jogo, de tal modo a não nos tornarmos reféns delas, poderemos até usar da luz dos holofotes como atores preparados, ou se pudermos ter coisas de fato novas a escrever, e interessantes a dizer, a luz dos holofotes será consequência. Porque podemos criticar, negar, mas se a luz dos holofotes chegarem até nós, pelo merecimento de fato, será algo de muito prazeroso. Quem não quer ser querido? Quem não quer ser elogiado, reconhecido? Mas que o reconhecimento seja de fato e por merecimento.

1.4 A Formação de uma consciência crítica

A formação de uma consciência crítica se inicia especialmente em períodos muito iniciais e da tenra idade dos sujeitos (Klein, M.: 1945) podendo também ser estimulada em toda infância. De início dependerá da relação com os pais, depois professores e pessoas que participem da formação do sujeito. Creio ser importante pensar na sua expansão durante a adolescência e para o resto da vida das pessoas. Freud e Melanie Klein têm pensamentos distintos, mas consideram que para que se forme uma consciência crítica é inevitável o sujeito passar por:

- Vivências que lhe permitam experimentar sentimentos de culpa,
- Aceitação da proibição do incesto,
- Predominância de sentimentos amorosos sobre os hostis quando dirigidos à outra pessoa,
- Discriminação do que é o eu e de quem é a outra pessoa, entre outras coisas.

- E acima de tudo é necessário considerar que o sujeito tenha um aparelho de pensar, que seja capaz de operar e acessar uma censura interna.

Freud considerou que esse aparelho mental tivesse partes conscientes e partes inconscientes, tendo tentado formular modelos para isso. Não vou me aprofundar em descrições de como evoluíram esses modelos. Permito-me considerar seu modelo último que considerava que o aparelho mental tivesse três partes que ele nomeou de Id, Ego e Superego.

Caberia ao Id toda a maior parte inconsciente do sujeito, sendo o grande reservatório do que ele denominou de impulsos, em lugar do termo instintos que teria uma conotação mais animal. Seria o grande reservatório de energia mental. Ao Ego seria destinada uma parte consciente com a qual nos expressamos, comunicamos e principalmente se levarmos em conta que antes de tudo o Ego é corporal. E teríamos um Ego inconsciente que ficaria intermediando mais diretamente como o Id nossos desejos mais ocultos. E mediando tudo isso teria uma parte responsável pela nossa censura interna, que também seria em parte consciente e em parte inconsciente, à qual Freud chamou de Superego. Tudo isso muito resumidamente, porque esse sistema tem muito mais implicações e questões que Freud descreveu tão detalhadamente em sua grande obra de 1923, “O Ego e o Id” (Freud, S.: 1923).

Mas voltando às idéias da importância de formação e expansão de uma consciência crítica, pude apresentar que estão presentes nas obras de Freud e Klein. O que os difere nas suas teorias é em que etapa da vida isso começa, ou seja, em que etapa se forma o Superego. Para Freud isso pode se iniciar em torno dos 3 a 5 anos, quando para ele o sujeito ingressa no que ele chamou de Complexo de Édipo. Significa muito mais que a repetição de algo semelhante ao que se observa na tragédia grega do Édipo (Brandão, J. S.: 1993). Nesta

tragédia o herói Édipo mata o próprio pai, desconhecendo que este fosse seu pai. Na tragédia Édipo depois de matar o pai, toma a própria mãe por esposa. Mas tudo isso sem que ele tivesse o conhecimento de que eram seus pais, já que tinha sido criado distante deles.

Na teoria de Freud ele considerou estas questões, acreditando que menino se apaixona pela mãe, tal qual Édipo, ou a menina se apaixona pelo pai. O que difere é que na tragédia Édipo não sabia quem eram seus pais e na nossa situação humana em geral, sabemos quem são nossos pais. Em Freud a importância do Complexo tem alguns alcances importantes: um deles é o acesso à sexualidade (à identificação sexual) e genitalidade; o outro aspecto importante seria o fato do sujeito precisar se defrontar, que enquanto pessoa é alguém importante e interessante para algumas pessoas. Mas que isso não ocorre o tempo todo, de maneira ininterrupta. De tal modo que muitas vezes temos que aceitar as recusas de alguém para conosco, ou as frustrações (dentro de limites) que a vida nos impõe, como as exclusões. E em termos sociais o Complexo de Édipo tem consequências importantes, porque pode esclarecer que o sobrenome que a pessoa carrega, e que em geral é do pai, proporciona o acesso do indivíduo à comunidade, ao social, às leis e às regras.

Enquanto isso, nas teorias de Melanie Klein o Complexo de Édipo se inicia muito mais cedo (Klein, M.: 1945), no segundo trimestre do primeiro ano de vida, quando o bebê passa a experimentar e perceber a mãe como alguém inteiro. Isso quer dizer que os sentimentos de amor e ódio (ambivalência) agora podem ser vivenciados em relação a um objeto completo. É quando o bebê passa, por exemplo, a perceber que se morder o seio que o alimenta, poderá danificá-lo e não contar com ele, do qual depende. Em teoria isso faria com que seus impulsos sádicos passassem a ser mais bem acessados e dominados. Para ela esse estado de mente é chamado de posição depressiva. Seria uma forma de lidar com a

angústia, em contraponto, com a posição esquizo – paranóide, estado de mente que o bebê experimenta desde o nascimento, no qual ao ser frustrado numa necessidade, sente muito ódio, projetando - o para a mãe ou quem cuida. Mas no seu íntimo ao mesmo tempo sentiria essa figura como totalmente retalhada. É um estado muito angustiante e desintegrado dele, no qual os sentimentos de desamparo estariam em destaque. Dependerá sensivelmente de como a mãe cuida desses estados de angústia, para que o bebê se desenvolva e consiga chegar nessa posição mais integrada, a posição depressiva. Ao longo de toda vida experimentaremos alternâncias desses estados e nosso desenvolvimento dependerá bastante disso. Por isso autores mais atuais, como Bion (1961), falam desse atendimento da mãe como “revêrie”, creditando à mãe um valor muito maior como objeto externo, do que aquele dado por Melanie Klein, que valoriza muito mais os aspectos internos do sujeito, do que o externo. Bion não só valoriza o atendimento dado pela mãe ou quem cuida, como atribui grande importância ao desenvolvimento de um aparelho de pensar. Associa - o às condições inatas do sujeito e ao quanto ele foi privilegiado nos seus atributos inatos (condições biológicas e hereditárias) e no recebimento de “revêrie” materna. Essa “revêrie” quer dizer o recebimento de acolhimento ou aconchego em momentos frustrantes e difíceis vividos pelo bebê. Isso pode nos fazer entender e considerar o que Winnicott (1967) chamou de “mãe suficientemente boa” e espaço potencial e seu desenvolvimento. Esse atendimento não significa necessariamente só contato físico, mas também na forma com que a mãe ou quem cuida conversa com o bebê, com que tom de voz, com que carinho. O fato é que, como vimos, temos muitos autores e exemplos em Psicanálise para elucidar a questão de como pode se desenvolver uma consciência crítica, os processos de pensamento e princípios éticos no indivíduo.

Visto esses pontos será observada no segundo capítulo a relevância de estudar a Televisão, suas linguagens e o quão importante ela se tornou importante no nosso mundo atual.

2. A Televisão, seus modos de linguagem e formas de uso

A televisão foi trazida para o Brasil na década de 50, segundo consulta ao site: <http://www.educacional.com.br/entrevistas/entrevista0092.asp>, através de entrevista de Esther Hamburger, antropóloga crítica de TV e professora de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo antropóloga, professora do departamento de cinema, televisão e rádio da Universidade de São Paulo (USP), crítica de TV e editora da revista Trópico. De lá para cá, sua tecnologia e abrangência fizeram dela um dos principais meios de comunicação do Brasil (sem falar no resto do mundo), que é o quarto país do planeta onde mais se vende o aparelho. Os sinais das emissoras atingem 99% de nosso território. Mas, sempre que se fala em TV, as pessoas se vêm às voltas com uma discussão tão velha quanto esse meio de comunicação: a qualidade do conteúdo transmitido.

A Televisão é a mídia e a instituição mediadora mais importante do nosso continente e do mundo. Sempre foi marcada e condicionada não pelo seu papel social e instrumental, para ativar o espaço público, mas sim pelos interesses privados e do mercado que sempre defendeu. Isso traz seguramente conseqüências, se observarmos sua história ligada aos interesses do mercado e interesses políticos. A televisão que se desenvolveu na Europa Ocidental é diferente daquela que se formou nos países não desenvolvidos. Na Europa ela teve a possibilidade de ser um meio de “serviço público”, até bem pouco tempo. Na América Latina e no Brasil, nunca esteve voltada a servir ou ser instrumento de consolidação do espaço público. Seus modos de diálogo como observaremos nunca tiveram exatamente a busca de pluralidade ou consensos, apesar de termos já observado que “*a televisão é no Brasil um espaço onde os brasileiros se reconhecem brasileiros*”, como nos

diz Eugenio Bucci (2000). Na realidade a televisão no Brasil veio do “modelo americano” de propriedade privada sendo sempre ligada a negócios e empresas que buscavam lucro ganhos econômicos como meta principal. Assim no mundo atual, a televisão é reconhecida como a principal mídia de comunicação social, por ser abrangente, globalizada, consumida generalizadamente em todas as sociedades e culturas. Sua capacidade abrange com seus produtos e empresas no mundo a esfera pública do social e a esfera privada dos telespectadores. Isso confere a esse poderoso recurso de comunicação um poder extraordinário de manipulação. A TV tem uma força estupenda no imaginário das pessoas, sendo capaz de ditar atitudes, costumes sociais e pode superar funções de importantes instituições, tais como: a família, a Igreja, a Escola, os partidos e até o próprio Estado.

Para que a televisão tenha toda essa força e poder será interessante pensarmos com que linguagens ela opera, na busca de atingir essas suas metas de comunicação e principalmente de busca dos mercados e lucro.

2.1 A Televisão e seus modos de linguagem

Acredito que como Bion (1961) os pensamentos estão aí em busca de um pensador , para serem captados. E por analogia para que a TV opere, ela o faz por um mergulho no mundo das imagens, sons e palavras. Muitas vezes, ou a maior parte delas muito mais usando da força da imagem, do que desses dois outros elementos citados. Quando nos deixamos penetrar por esses sons e imagens, podemos experimentar diferentes sentimentos e sensações, que podem ir do prazer ao desprazer, do enternecimento ao ódio, de acordo como estivermos dispostos a receber as informações veiculadas. Ao me dispor a observar a TV como foco de estudo ligado à Educação, estou interessada em observar a linguagem

audiovisual com que ela opera. Como são produzidos e veiculados materiais, principalmente no que se refere às estratégias de elaboração deles e dos recursos audiovisuais empregados na busca da comunicação. Além disso, procurarei, dada minha formação, ter um olhar psicanalítico, principalmente observando como esses produtos mobilizam nossas emoções, seus sentidos, influências sobre nosso comportamento, valores, levando em consideração principalmente como isso pode ter conseqüências à vida social e inclusive política de um país.

Ao falar em olhar acredito que seja importantíssimo sabermos com que olhos pessoas focam objetos. E em se tratando da TV a situação é muito peculiar, porque o que vemos é aquilo sobre o que a luz foi lançada. E o em torno fica em geral com pouco brilho, ou opaco. Na linguagem televisiva e da fotografia usa-se a palavra zoom para especificar justamente o que estou me referindo. De tal modo que o que estiver em volta eu só vou poder observar se o foco for desviado e o em torno virar o foco principal. Portanto o que vemos na TV é sempre parcial. E mesmo sobre o que vemos, devemos nos acautelar, para não ocorrer o que chamamos de reversão de perspectiva. Ou seja, uma imagem poderá ser vista de maneiras diferentes de acordo com o observador que a estiver vendo. Coloco a seguir alguns exemplos sob forma de desenho, de figuras que poderão esclarecer melhor esse ponto que estou assinalando. Na figura 2, que está na página seguinte temos retratada uma figura, que tanto pode ser vista como uma velha, quanto pode ser vista como uma moça. (material obtido em consulta à internet no site):

<http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais> (08/03/2005).

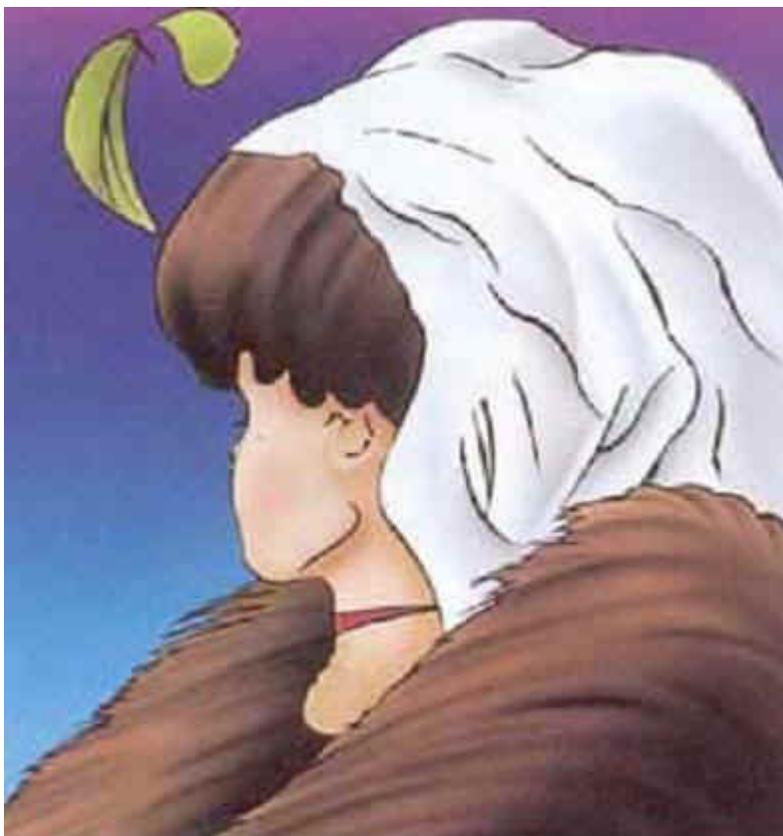


Fig. 2 - Vês uma senhora ou uma moça? Obtida da Internet no site <http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>

Como pudemos observar na ilustração temos a mulher ambígua de Leavitt e Boring que tanto pode ser vista como uma velha com nariz adunco e queixo comprido e recurvado; ou podemos ver uma jovem de nariz arrebitado. De sorte que tem imensa importância o que a pessoa “vê” e como interpreta, fazendo-o de conformidade com sua hipótese. Isso nos leva a pensar no quanto podemos ser manipulados e como podemos ser quando se trata do uso de imagens e sons. Passo a mostrar outros exemplos., como o da figura 3, representado pelos dois perfis ou a taça de Rubin. Vejamos a seguir:

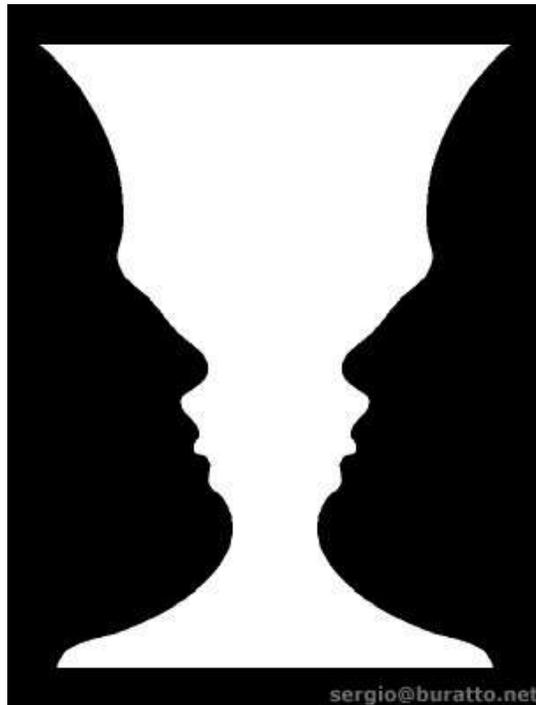


Fig. 3 -PERFIS E TAÇA DE RUBIN . Obtida da Internet no site <http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>

Vemos na Taça de Rubin, tanto um vaso branco num fundo negro, quanto dois perfis humanos num fundo branco. E na figura 4 , que está na página a seguir, também extraída do mesmo site da internet, tanto podemos observar uma mulher deitada como folhas que podem estar voando.



Fig. 4. - Consegues ver uma mulher deitada nesta gravura?

Obtida da Internet no site: <http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>

E na figura 5 observaremos tanto uma árvore, quanto rostos humanos (também extraída do mesmo site, já referido).

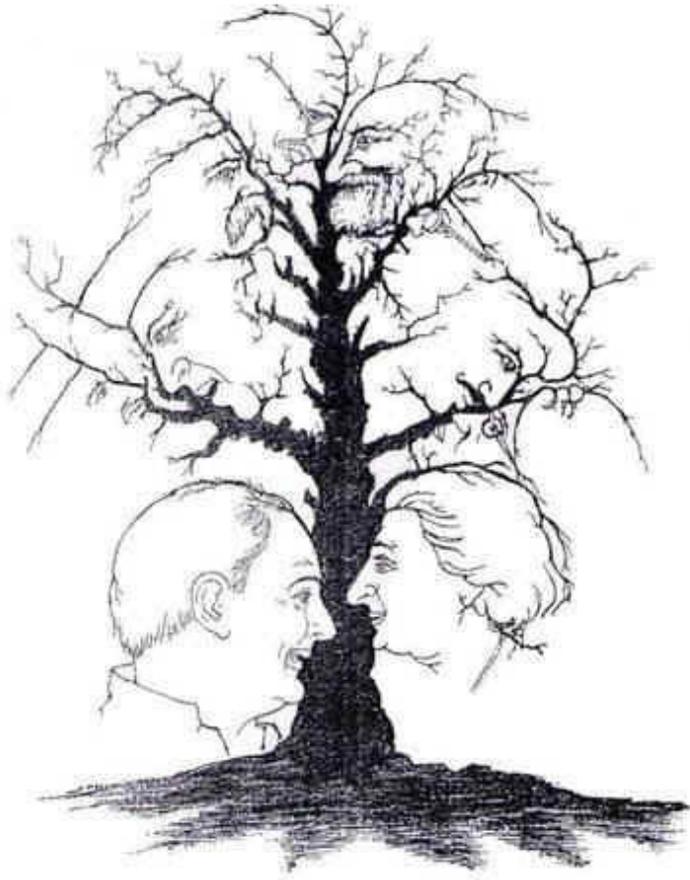


Fig. 5 - ÁRVORE E ROSTOS

Obtida da Internet no site: <http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>

Portanto é importante alertarmos de que nem sempre o que vemos é de fato o que vemos. Muitas vezes por detrás das imagens temos coisas ocultas, fatos ocultos cuja interpretação pode nos levar a falseamentos da realidade.

Quando estou focando a TV como objeto de estudo, penso como Rosa Fischer(2003) que escreveu:

“... a compreensão de que nosso olhar e o mundo não se separam, assim como ocorre com as palavras e as coisas. Um está no outro. Um está nas outras. Não há jamais correspondência plena entre o que vemos e o que imaginamos que vemos, sejam objetos próximos a nós, e que enxergamos a olho nu, sejam núcleos de células observados por sofisticados microscópios, sejam imagens da TV que nos informam ou que nos confortam, nesse cotidiano de incessante produção de imaginários e sentidos”.

Ou ainda em Marilena Chauí, (1998) que escreve:

“As coisas são configurações abertas que se oferecem ao olhar por perfis e sob o modo do inacabamento, pois nunca nossos olhos verão de uma só vez todas as suas faces”.

Por mais que olhemos um objeto muitas vezes, sempre deixaremos de vê-lo no seu todo, deixaremos alguma parte sem ser vista e sempre teremos algo a dizer daquilo que elas nos dizem.

Para Esther Hamburger, crítica de TV e professora de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo, a TV não é esse monstro que muita gente pinta, pois reserva espaço tanto para o conteúdo comercial quanto para o educacional na grade de programação das emissoras. “As pessoas estão interessadas em crescer intelectualmente e vão prestigiar uma programação que as desafie nesse sentido”, justifica a professora.

A professora, que também é antropóloga, colunista do jornal *Folha de S.Paulo* e editora da revista *Trópico*, diz que cabe à família e à escola julgar programas que certamente podem ser desconstruídos em sala de aula, “separando o joio do trigo”. “Acredito que deveria haver uma disciplina obrigatória no currículo escolar que visasse a algo como uma ‘alfabetização audiovisual’ e que incluísse teoria e prática”, afirma.

Estou interessada ao estudar a TV com o olhar da Educação, em observar sua linguagem audiovisual, no exercício que o olhar pedagógico pode fazer ao selecionar determinados objetos, como a TV e o que ela produz, de investigar e pensar a respeito. Também usarei o referencial psicanalítico e tentarei olhar alguns pontos que temos deixado de olhar.

2.2 Como a imagem se transforma em linguagem audiovisual e eletrônica

Segundo Arlindo Machado (1988) as imagens da TV e do vídeo precisam ser antes tratadas como imagens eletrônicas que são: elas traduzem certo campo visual, um objeto, uma cena uma paisagem, para sinais de energia elétrica, o que só é possível porque a imagem original foi completamente retalhada, dividida em linhas que serão “varridas” por um feixe de elétrons. Porque isso tem importância? Tem importância porque essa trama reticulada, ou seja, esses milhares de pontos de luz que preenchem a tela (cerca de 250 mil), compondo 500, 600 ou, hoje com a TV de alta definição, quase 2000 linhas que se vão compondo continuamente diante de nós. Nós quando vemos TV fazemos um trabalho contínuo de completar os inúmeros pontos do desenho das imagens, completando-as e construindo a linha imaginária que liga esses pontos. Somos então “envolvidos” como espectadores.

Em verdade Televisão é uma palavra que vem das partículas Tele, que em grego quer dizer distante e de visão, que significa ver. Seria a visão à distância, o que já evidencia todo o esforço que faremos nesse ver e olhar. Também o comunicador Marshall McLuhan (1971) comparou as imagens da TV a verdadeiros mosaicos bizantinos que incitam nosso

olhar como se apalpássemos aqueles “grãos”. O mesmo Arlindo Machado já citado acima nos remete a artistas plásticos do final do século XIX e início do século XX, como Georges Seurat que pintava seus quadros não mais a pinceladas, mas por pequenos pontos coloridos. Podemos observar pela figura abaixo o quadro de George Seraut, *“Modelo sentado de perfil”, de 1887*, que exemplifica a escolha do ponto como “célula constitutiva da imagem”.



Fig. 6 - MODELO SENTADO DE PERFIL. GEORGES SEURAUT (1887)
Obtida na internet através do site:
http://www.artcyclopedia.com/artists/seurat_georges.html

Por ter essas características, a imagem ao se apresentar numa tela pequena precisa ser vista a certa distância. Do contrário veremos apenas uma chuva de linhas luminosas. Isso traz por consequência a necessidade de certo trato daquilo que se quer mostrar, ou seja, a imagem tem que ser tratada para ser veiculada. O que se quer mostrar na TV nunca é

conseguido de uma só vez. Podemos observar muito bem esse aspecto ao assistirmos uma telenovela ou uma minissérie. O que vai ser narrado é mostrado em planos. Geralmente antes de mostrar um diálogo entre personagens da história, o autor ou o próprio diretor de TV mostra primeiro uma imagem panorâmica, em geral uma cidade, uma rua. Hoje se denomina a isso de algo que identifique o núcleo daqueles personagens, para só então dar espaço para rostos, ou corpos e em seguida as vozes que serão captadas em detalhes. Diferentemente dos telejornais, documentários ou talk shows, onde se usa os *Talking Heads*, ou seja, cabeças falantes, que só serão mostrados da cintura para cima, como nos escreve Arlindo Machado (1988). Ele ainda escreve:

“Além disso, a Talking Head fala diretamente ao espectador, crava-lhe os olhos, pressupõe sua presença, ao contrário da narrativa transparente em que os eventos parecem acontecer por si sós, com num mundo paralelo ao nosso. Em nenhum momento da recepção de um programa de TV o espectador perde a certeza de que está em casa, olhando para o aparelho que lhe traz a imagem reticulada de uma Talking Head. Isso quer dizer que o espectador de TV, mesmo solitário, não é nunca o indivíduo isolado e desprotegido que caracteriza o espectador da sala escura do cinema. Ele é sempre o cidadão, o homem público a quem fala essas imagens e esses sons, ele é o alvo direto e confesso tanto do aliciamento quanto do contato buscado pelas Talking Heads, dependendo dos fins que a televisão persegue”.

Interessante pensar naquelas pessoas que mal chegam em casa e estando sós, ligam imediatamente a TV. Não conseguem estar sós. São em geral pessoas que podem experimentar sintomas de alto desconforto nesse estado de solidão. Não possuem suficientemente desenvolvimento de algo que Jean Michel Quinodoz (1993) chamou de “portance”, que quer dizer da capacidade da pessoa estar só e se sentir muito bem acompanhada dela mesma, ou como o próprio título de seu livro que se chama “Solidão Domesticada”. Ou podemos pensar como nos observa Lisondo (2004), quando assinala que

a realidade virtual tenta substituir a realidade real, resultando num uso patológico da televisão e do computador:

“Na Unidade de Atendimento Infantil, orfanato (UAI), a televisão se mantém permanentemente ligada, transformando-se numa enganosa companhia. Nos locais onde se dão as observações de bebês do curso que coordeno, a televisão ligada, com a fascinação da imagem, furta a privacidade da mente e anula os espaços para pensar”.

Na realidade a TV dá à pessoa uma falsa sensação de intimidade, o que talvez possa ser mais bem compreendido pelo tamanho reduzido da tela, nosso trabalho de juntar os pontos de luz e como são tratados os temas cotidianos. Há um interesse bastante grande em veicular temas privados nas programações, o que inclusive estudaremos mais profundamente no capítulo a seguir, no qual 24 horas de uma casa e de um grupo nela abrigado são focalizados e mostrados ao telespectador. Fischer (2003) fala de certo “estado distraído” do espectador de TV. Ela afirma:

“Que mesmo que se fale das coisas cotidianas na TV, é bem verdade que homens e mulheres assistem aos programas imersos no próprio cotidiano, atentos a uma série de outras atividades e olhares – o que evidentemente ultrapassa aquilo que as imagens da televisão mostram. Vemos dispersivamente, enquanto conversamos e nos movimentamos pelas peças de nossa residência, almoçamos, atendemos o telefone, recebemos amigos. A linguagem básica da TV funda-se justamente nessa dispersão, e busca de todas as formas responderem a ela, de modo especial pesquisando ritmos, selecionando sons, atores, personagens, produzindo imagens e diálogos, a fim capturar atenções e emoções”.

Quando assistimos determinado tipo de programas podemos fatalmente nos frustrar. Exemplo disso são os programas de telejornalismo do tipo Globo Repórter, Reportagens do Programa Fantástico, ambos da Rede Globo de Televisão. Ou ainda entrevistas biográficas, de interesse científico. Nesses casos, muitas vezes o conteúdo e a profundidade como são

abordados os temas, vão além da nossa expectativa. Porque o que ocorre é uma massificação das chamadas para que se assista a esses programas. Essas chamadas chegam a ser exaustivas, inclusive durante a veiculação do próprio programa. E quando a matéria referente vai ao ar, deixa de atender ao que imaginávamos. Nesse caso o que interessa a quem veicula é que fique algo para o cidadão, nem que seja pela repetição da manchete. Mas sem nenhum interesse em aprofundar o tema ou esclarecer de fato o assunto.

É importante entender essa dinâmica da produção e veiculação das imagens eletrônicas porque vão poder nos esclarecer num trabalho educativo sobre a TV. Quando um programa chega a nossa casa há muitas variáveis presentes e que envolverão comportamentos, valores, posições políticas, preferências, etc. Por assistirmos TV “distraídos” precisamos pensar nos modos de sair desse tipo de estado. O que seria relevante para isso? Assim como há movimentos de pessoas interessadas em analisar o que é veiculado na TV ou até movimentos para que houvesse controle do que é veiculado na TV, como o site : www.eticanatv.org.br, é importante pesquisar se em sala de aula estamos fazendo algo pela formação de uma consciência crítica de quem vê TV. Se isso é feito, será que os professores estariam preparados para isso? Professores têm consciência de quais são as linguagens que a TV emprega?

2.3 Imagens, sons e palavras na TV

Ao mesmo tempo em que a TV se expressa predominantemente pela imagem, temos que pensar que a imagem tem uma finalidade de materializar algo, como também de significar algo. Assim imagem e sentido são praticamente inseparáveis. Nesse tocante é claro que é importante pensarmos em termos relacionados e que têm importância como

conceitos relativos e que seriam ligados à semiótica, tais como: língua, linguagem, significantes, símbolos, signos, representações, significações, significados, sentidos, discurso. Mas não nos ocuparemos em aprofundamentos desses conceitos, que pertencem aos campos da lingüística, da semiologia e da semiótica. Por ora é importante sabermos e termos em conta que como nos diz Teixeira Coelho (1991) : *“a imaginação é um dos modos pelo qual a consciência apreende o mundo e o elabora”*. Ou de como podemos interpretar o mundo e seus estímulos através do nosso aparelho mental, tendo que se levar em conta como são formados os símbolos na nossa mente e como os interpretamos, de acordo com nosso desenvolvimento mais maturo ou imaturo do ponto de vista mental. Uma autora que me diz muito nesse sentido é Hanna Segal (1955), psicanalista nascida na Polônia, com formação médica e psicanalítica na Grã-Bretanha. Contribuiu significativamente no campo da Psicanálise ao desenvolver teorias importantes no que diz respeito à formação de símbolos. Foi pioneira no atendimento a pacientes severamente perturbados, portadores de psicoses esquizofrênicas, usando do método psicanalítico. Tanto quanto ela autores como Bion, Rosenfeld e Scott também atendiam de modo pioneiro pacientes com essas patologias. Estudando esses casos ela percebeu que esses indivíduos tinham dificuldades na formação de símbolos. Isto a ajudou a acreditar que a capacidade de construir símbolos impõe a construção de um relacionamento entre o símbolo e o que é simbolizado. O que isso quer dizer? Significa que pacientes com essas condições, muitas vezes não conseguem reconhecer a realidade de uma maneira coerente. Para isso ela exemplifica com o caso de um paciente que ela atendia e que lhe dizia que não podia mais tocar violino em público. Usando do método psicanalítico e conversando com o paciente, ela conseguiu constatar que para ele tocar violino, estava associado a masturbar-se.

Portanto para ele tratava-se de algo condenável, porque o sentido que ele estava dando ao ato de tocar violino ficara corrompido, distorcido.

Isso quer dizer, que para entendermos mensagens veiculadas seja por que formatos ou métodos forem, temos que usar um código comum e interpretarmos de uma maneira comum. Donde deduzimos que pessoas com dificuldades em relação à simbolização poderão apresentar dificuldades na compreensão, seja através de mensagens escritas, faladas ou da TV. Portanto, não basta só nos preocuparmos com os conteúdos que são veiculados pela TV, mas como podem ser interpretados pelos telespectadores.

A TV usa na comunicação vários recursos: imagens, sons e palavras, sendo importante observar o uso da palavra na TV. A palavra na TV tem um uso tão abrangente e ao mesmo tempo tão peculiar, que podemos observar desde programas “falados” (nos quais a despeito da força da imagem na TV, predomina o discurso falado. Ex.: os talk – shows, os programas do tipo debates ou mesmo os programas de vídeo, que possam ser a reprodução de uma palestra), até os programas onde não necessariamente predomine a palavra falada, mas cuja expressão será essencialmente significativa. Ex.: as telenovelas, minisséries, os telejornais, etc. É justamente nesse sentido que Roland Barthes (1990) fala em “escrever para a Tevê”. Assinala que frases como “Coca Cola é isso aí” traduzem idéias de felicidade, liberdade e possibilidade de tudo. Podem estimular o sujeito a crer que Coca Cola irá incorporar tudo de bom que o comercial tenta passar enquanto mensagem. E assim por diante com outros produtos, como sorvetes, cervejas, alimentos gostosos em geral, que estimulam nossa oralidade. Ou ainda outros produtos como carros caríssimos, que em geral são acompanhados de imagens de mulheres lindíssimas, orientando o consumidor ao que ele deve ver na tela. Neste caso importa a força do signo lingüístico. Nestes casos a palavra

em geral é usada como complemento e ampliação dos sentidos, porque está em foco o uso de dois tipos de linguagens: a visual e a falada.

Por isso podemos pensar no quanto falamos e no quanto se fala em TV, de modo tal que Arlindo Machado (1988), fala na TV como um “rádio visível”. As pessoas na TV ou falam ou ainda estão falando com um som de fundo (a sonorização ou trilha sonora, que adquiriu uma importância tão grande na TV, que virou mais uma mercadoria a ser ofertada ao espectador, sob forma dos CDs de trilhas sonoras). Há quem considere que há uma impossibilidade do silêncio na TV ou permanência muito tempo numa mesma imagem. A TV exige um dinamismo e uma multiplicidade de imagens. Aliás, nosso mundo de hoje do espetáculo exige isso. Vejamos como exemplo hoje em dia do professor ou palestrante que queira pautar sua exposição só com a palavra falada. Estaria fadado fatalmente ao fracasso, a não ser que fosse um estupendo “contador de histórias”, figura que é muito difícil se encontrar hoje em dia. Exposições, palestras e aulas hoje em dia exigem um alto dinamismo e o uso quase que inevitável do sistema Power Point ou como dizemos Data Show. O próprio nome diz show. Estamos no mundo de hoje marcados e fadados a apresentar um show. De tal forma que para que a TV mantenha seu dinamismo fala-se numa linguagem televisiva, ou na “palavra televisiva”. É impressionante como na TV a palavra precisa ter um tratamento especial e especializado. É o que nos diz, por exemplo, o autor e roteirista Doc Comparato(in apud, Fischer, R.: 2003) que ensina a escrever para cinema e TV afirmando:

“No cinema é preciso “fisgar” o espectador no mínimo até os primeiros vinte minutos; já na TV, o tempo de atenção do espectador cairia para apenas três minutos – ou seja, devem-se criar formas de capturar o espectador de três em três minutos, para que ele não escape e busque outro canal; num comercial, esse tempo é de sete segundos”.

Esse aspecto nos faz pensar exatamente no que muitos apresentadores de TV nos falam quando vão anunciar os comerciais, pedindo para que não mudemos de canal. Dá para entender agora que três minutos é muito tempo em TV e que certamente isso também está associado ao montante de capital que circula nesses três minutos.

Portanto, quando se vão analisar programas de TV precisamos pensar como eles são produzidos, com que linguagens e com que intenções. E principalmente para que público está sendo endereçado e focalizado. Citando novamente Fischer (1988)

“Fazer da TV objeto de estudo é dar conta de uma linguagem específica e, simultaneamente, mergulhar na cultura, nas lutas pela imposição de sentidos, nos modos de constituir sujeitos em nosso tempo. É aprender a fruir imagens e imaginações, ao mesmo tempo em que aprender a responder questões como as sugeridas por Elizabeth Ellsworth. Afinal, quem a TV brasileira pensa que são nossas crianças? Quem as grandes redes de televisão pensam que somos e sobre o que desejamos? ... Quem o Jornal Nacional da Rede Globo pensa que são seus espectadores quando sugere que voltem a usar ferro a vapor? Analisar a linguagem desses produtos, em seus detalhes, em suas mínimas escolhas estéticas de uso da imagem, dos sons, da música, dos planos, dos diálogos, dos tempos – é considerar que há um endereço para aquele produto, que ele existe e é feito para chegar a alguém, para seduzi-lo, chamá-lo a ver, gostar e reconhecer-se”.

2.4 A Televisão como meio de socialização

A televisão tem como estamos observando, um lugar destacado na história das sociedades contemporâneas e na história da relação destas com os indivíduos., principalmente no que se refere aos processos de socialização dos mesmos. Tem um alcance imenso, na medida em que é acessível a vários públicos, tendo muitas formas de produção e recepção, além de ser objeto de mediação política central nos processos de

sociabilidade e construção dos sentidos da democracia, estando presente nos imaginários dos cidadãos. Isso nos faz pensar não só nas influências que é capaz de estimular e produzir, como nas conseqüências e resultados dessas influências.

Deste modo é importante pensar na relação entre sociedade, indivíduo e televisão associada a uma teoria da democracia, tendo em vista que cidadão e telespectador é o mesmo sujeito. Mas até que ponto a televisão é positiva ou negativa para a sociabilidade, ou pode ajudar a desenvolver um sujeito melhor?

Como meio de socialização poderoso e importante, é vital pensarmos na formação da identidade do sujeito na sociedade, pela veiculação de valores sociais, culturais em suas diferentes dimensões. Porém não podemos deixar de pensar que apesar de toda essa implicação social, a televisão enquanto negócio e troca de mercadoria tem suas regras próprias de produção, funcionando isolada do social. Vide os salários astronômicos de alguns agentes da televisão, como alguns apresentadores, que ganham participação nos comerciais que veiculam, ao lado de baixos salários dos que varrem os estúdios das emissoras de televisão. Evidentemente que esse modo de funcionar da televisão, só serve para mais uma vez iludir as pessoas que ficam encantadas assistindo ao que de bom ou de ruim é produzido, alimentando mais uma vez a sociedade do espetáculo. Se de um lado pode unir indivíduos no mundo inteiro, através dos satélites, no que incansavelmente se chamou de “aldeia global”, pode afastá –los em contrapartida pagando baixos salários à maioria dos seus funcionários. Porque justamente uma das ilusões que a sociedade do espetáculo procura transmitir é o de que muitos ganham altos salários nesse veículo. Ou que poucos ganham altos salário, tornando-se pertencentes a um mundo “especial”, onde só poucos podem ingressar, no qual o espetáculo é o desafio de conquistar uma fatia, mesmo que pequena nesse universo.

A TV nos seus primórdios não dava dimensão de que função poderia ter ou que regras deveriam ser criadas para ela enquanto mercado de exploração econômica. Mas por sua expansão rápida logo criou necessidades de uma legislação e se tornou foco de interesse de pesquisadores.

Num primeiro momento em seus anos iniciais na Europa a TV teve até algum compromisso com formação e interesse educativo. Mas nas últimas duas décadas, principalmente nos Estados Unidos tornou-se meio de negócio privado, com grande expansão. Nos anos 60 do século XX torna-se “espetáculo das massas”, num apelo ao sujeito individual, mas tendo em vista um consumo coletivo. Nos anos 70 ela se torna meio estratégico para controle e consolidação do modelo de progresso e consolidação dos Estados. E na década de 80 a TV se internacionaliza, com o advento do uso do satélite e a TV colorida, atravessando fronteiras. E hoje vivemos o modelo globalizado de produção e consumo, tentando relacionar as sociedades e indivíduos. Por consequência é inevitável que a TV tivesse recebido as influências desse modelo globalizado de produção e consumo.

É bastante compreensível pensarmos na socialização da TV, quando observamos programas de grande apelo popular, que fazem com que as pessoas não só assistam, sós ou acompanhadas, criando a falsa impressão de uma sala de visitas comum, seja porque as pessoas realmente se reuniram para assistir algo juntas (por exemplo os jogos da Copa do Mundo), ou porque no dia seguinte à veiculação de um programa de alta audiência é inevitável observar-se nas rodas de cafezinhos dos bares, das salas de professores, nos pontos de ônibus por exemplo, as pessoas comentando:

-- Você viu o “tal programa”? Gostou? Não gostou?

-- Viu como aquela atriz estava bem vestida na entrega do Prêmio Sharp? Aquela roupa do Armani que ela estava deve ter custado uma nota! Também com o que ela ganha, até eu!

Comentários desse tipo além de comuns, demonstram questões de aparência e do julgamento rápido das pessoas, sem de fato terem vivido uma experiência de investigação dos fatos. Porque é inegável que uma roupa bem cortada, bem costurada e de um modelo que demonstre criatividade, pode despertar comentários como esses. Mas o que muitas pessoas desconhecem é que nesses eventos atrizes podem fazer acordos comerciais com empresas de alta costura, joalheiros, cabeleireiros, maquiadores, de forma tal que são patrocinadas por esses tipos de pessoas. Ou até podem vir a ganhar cachê para usar objetos dessas marcas. Poucos sabem que é muito possível nessas ocasiões a ocorrência de acordos entre pessoas, de tal modo que todos possam apresentar suas imagens, tanto atrizes, atores, apresentadores, quanto os produtos que necessitam ser veiculados pelas empresas. Ou seja, todos se tornam mercadoria e espetáculo, seja pelo objeto a ser veiculado, quanto pela imagem de quem está usando o objeto. O ator ou atriz neste caso vira literalmente um cabide.

Mas em matéria de socialização da TV, não podemos deixar de mencionar os brinquedos que as crianças viram na TV e querem comprar para brincarem juntas. Ou mesmo nas roupas, ou bijuterias que as atrizes de novelas usam e que se tornam influência importante no comportamento de outras mulheres e jovens, movimentando por certo o mercado de compra e venda de produtos e porque não de trabalho.

Nesse tocante Adorno (1988) nos diz:

“As mensagens escondidas, de fato, podem ser mais importantes que as manifestas porque escapam aos controles da consciência, superando as resistências dos consumidores e penetrando no seu cérebro”.

A televisão no seu significado de possuir uma cumplicidade social e cultural com o espectador dimensiona a possibilidade de o sujeito atuar e se representar ele mesmo diante das mensagens, transformando assim o sentido da sociabilidade. Tanto podemos pensar no indivíduo se socializando através da TV, como se desconectando do social através dela, quando esse mesmo sujeito pode deixar de sair de casa, para ficar só, no seu mundo assistindo algo do seu interesse.

Hoje é difícil pensar numa sociedade sem comunicação televisiva e por isso temos que assumir que a televisão faz parte de todo objetivo socializado, mesmo que ela não consiga corresponder às suas obrigações e expectativas. Assim o que será mais importante: a socialização ou individualização? A TV enquanto mídia de massa ou mídia segmentada? Uma concepção de televisão com caráter socializado junto de suas técnicas para isso ou uma tecnologia que determine uma concepção individualista de televisão?

2.5 A Televisão como espaço público

Para terminarmos nosso capítulo gostaríamos de refletir sobre a relação entre a TV e o espaço público, principalmente levando-se em conta a banalização e o vazio social que a televisão aparentemente gera.

Mesmo aceitando essa condição de banalização precisamos refletir sobre a TV como importante arma de comunicação das massas. A banalização acontece, quando a TV tenta se destinar a todos os públicos sem distinção, e assim a nenhuma espécie particular de pessoas ou de perfil de pessoas. Seria uma tentativa de “nivelamento” das diferenças

culturais, o que penso ser tarefa muito difícil. Nivelar diferenças é não aceitar justamente que precisamos conviver com as diferenças.

É difícil superar e conviver com as diferenças, ao mesmo tempo em que é urgente. Porque se mesmo com as dificuldades, tentarmos enfrentar as diferenças, estaremos procurando enfrentar também a nossa sociedade cada vez mais individualizada.

Mas ao mesmo tempo em que tudo isso é muito difícil, observamos uma necessidade em diluir os espaços de privacidade. Nunca em tempo real na TV se ouviu tanto as pessoas falarem da vida privada, ou até mesmo revelarem e terem essa necessidade de revelar cada vez mais suas intimidades. O que ontem era revelado entre quatro paredes, hoje em dia virou espetáculo e pode vir a se tornar banal, quando não sinônimo de status. Vejamos ultimamente a enorme quantidade de moças que se apresentam na TV em programas populares, dizendo serem modelos e quando não estão no programa participando como focos de interesse de entrevistas, divulgando fotos suas que foram feitas ou em trajes sumários, quando não nuas. Ou então estão grávidas de algum homem considerado celebridade e vão a programas desse tipo, com a finalidade de serem não só vistas, como exigindo pensão para seu filho que vai nascer, ou já nasceu. Apresentam-se muitas vezes, submetendo-se a exames de Ultra-sonografia para que se revele o sexo do bebê. Enfim, o que antes era privado, torna-se espetáculo. Dá audiência e se torna mercadoria. Além do quê a medicina, que antes se pautava e primava pela relação médico - paciente vivida em ambiente privado e sigiloso, hoje é também apresentada como espetáculo, através das suas engenhocas tecnológicas. Nada contra o progresso científico e suas engenhocas, mas o que observamos é uma perversão da relação médico – paciente, quando uma mulher se submete ao vivo, em rede nacional, a mostrar sua barriga de grávida para ser examinada e revelar o sexo do seu bebê. Em geral nesses casos há vários produtos (mercadorias) sendo

veiculados: a mãe do bebê, que precisa do espaço televisivo, para dar seu número de telefone de contato, querendo novos negócios e novos contratos; os aparelhos de ultra – som de última geração que precisam ser veiculados como mercadoria para novos pacientes interessados; a medicina que precisa ser apresentada como espetáculo e o médico que está operando a máquina apresentada, que também consegue nesta exposição o seu espaço de aparição e imagem de profissional espetacular.

Seria importante pensar que estranho prazer está implícito em se fazer revelar, daquilo que deveria ser íntimo e continuar sendo íntimo.

No próximo capítulo serão focalizados mais detalhadamente programas que não só revelam “intimidades”, mas que primam por desafiar o indivíduo a perder sua intimidade e se auto- confinarem por um período de suas vidas, que são os *reality shows*.

3. Big Brother Brasil : sua história e seus fascínios

Se antigamente, há pelo menos dois séculos atrás, aprendíamos pela educação que muitas coisas não se dizem, não se mostram e não devem ser feitas em público; verificamos atualmente outros padrões, propiciados por programas de TV, nos quais pessoas se auto-confinam, mostrando 24 horas por dia suas “intimidades”. Freud não acredita que nascemos iguais e que não somos iguais. Salienta o quanto é impossível ao ser humano amar ao próximo como a si mesmo. E sublinha o quanto o ser humano é movido à competitividade, somado à enorme dificuldade de conviver com as diferenças, sem descarregar a agressividade de uns nos outros. Ele afirmava que não era difícil aos humanos acharem inimigos e opositores, para competir e se desentender (Freud,1930). Estamos vivendo numa sociedade que valoriza o individualismo e o narcisismo alienante do espetáculo, do consumismo, da banalização do sexo e da exposição da privacidade. Desses elementos combinados temos como um dos resultados o advento dos reality shows. Mas para melhor compreendermos, penso ser útil um pouco de história sobre eles.

3.1 Algo de história dos reality shows

Segundo André Nascimento, a história dos reality shows pode ser traçada até algumas décadas atrás, e certamente é uma das histórias mais fascinantes que existem (Nascimento, 2003). De tantas fórmulas existentes, que surgiram desde 2000 até hoje, apenas algumas sobreviveram. Porém entender o universo de reality shows é entender um

pouco da história da televisão americana e das expectativas americanas com relação ao setor. Traçar um paralelo com o universo brasileiro é algo fácil de ser feito, na medida em que no Brasil a TV importou muito do modelo americano de fazer TV, quando ela aqui aportou nos anos 50, do século XX. E imaginar um futuro brilhante para o gênero também é interessante, em termos do sucesso que esta fórmula ainda tem no nosso país.

É difícil saber quando a ideia surgiu. Sabe-se que desde a década de 50, nos primórdios da TV americana, havia na mente dos produtores de TV, a ideia de fazer o público se interessar mais pelo novo veículo de informação. Para cativar as mentes das pessoas e fazer com que elas imaginassem que pudessem um dia fazer parte deste novo mundo, era necessário trazer pessoas de fora do meio artístico para participar de alguns programas. Aí é que reside a chave de que basta querer se expor na TV, mesmo sem ser artista. Foi daí que surgiram os "game shows", programas de jogos onde pessoas comuns se enfrentavam em programas de auditório para ganhar quantias em dinheiro. A partir de meados da década, diversos "game shows" fizeram as noites da TV americana muito mais interessantes. Programas como "21", um jogo de perguntas e respostas difícilíssimo, começaram a pipocar pelas redes de TV, e a audiência gostou. A fórmula é tão lucrativa que até hoje desperta interesse e audiência, como observamos no "Show do Milhão" do apresentador e empresário Silvio Santos, do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Inegavelmente a TV movimenta bastante a vaidade das pessoas e nesse tipo de fórmula, participar dela, ser visto e ainda ganhar algum dinheiro com isso é bastante convidativo. Mesmo que as pessoas deixem de refletir que enquanto estão sendo expostas e vistas, ganham somas de dinheiro infinitamente inferiores às ganhas pelos produtores e donos das redes de TV, que investem nesse tipo de programação.

A partir da década de 50, passando pelas décadas de 60 e 70, o gênero se multiplicou. Pessoas comuns exibiam seus talentos na TV(fossem eles bons ou ruins), como no famoso "The Gong Show", na década de 70. Na década de 60, programas como "The Dating Game" e "The Newlywed Show" traziam dois grupos distintos de pessoas para a TV: aqueles que queriam arranjar alguém em especial e aqueles que queriam competir mostrando o quanto conheciam um do outro, para ganhar prêmios a fim de começar suas vidas de casados. Essa fórmula já foi repetida no Brasil várias vezes, como em Namoro na TV, Casamento na TV (do SBT – Sistema Brasileiro de Televisão), Fica comigo (MTV – Music Television). Outros programas se seguiram, como "Wheel of Fortune" (atual Roda a Roda, do SBT) e "Family Feud" (batalha entre famílias inteiras por prêmios), sempre com bastante audiência. Tudo ia bem, até que uma emissora americana chamada PBS, a rede pública de TV americana e conhecida por seus documentários, resolveu seguir uma família americana real e seu cotidiano.

Sem saber, a PBS estava gerando o primeiro programa de realidade da história: "An American Family" teve estréia em 1973 exibindo os passos do dia-a-dia da família Loud, uma família de Santa Barbara, Califórnia, com casal e 5 filhos adolescentes. A série teve 12 episódios e foi cancelada por causa da polêmica que estava gerando. Dois fatos aconteceram durante os 12 episódios que chocaram a opinião pública americana: Pat, esposa do casal, pediu divórcio na frente das câmeras, e Lance, o filho mais extrovertido do casal, assumiu sua homossexualidade. Lance Loud acabou se tornando uma celebridade nos EUA por ser o primeiro homem a assumir sua homossexualidade na TV americana. Ele viria a ter uma banda Punk chamada The Mumphs, de médio sucesso, e escreveu artigos de cultura pop para jornais e revistas da época. Ele morreu em 2001, em um sanatório, vítima

de hepatite C e Aids. Posso conjecturar que a rede de TV, tal qual um caçador, procurou dar o tiro num objeto e acertou onde jamais teria imaginado. Como poderiam supor os produtores que as revelações da vida emocional de componentes de uma família, pudessem chegar a tanto? Mas se aceitarmos que nós seres humanos podemos expressar os mais diferentes aspectos, sendo muitos deles absurdos, seria mais fácil aceitar o que foi observado. A conservadora sociedade americana se chocara exatamente com o que é humano. Creio ter havido nesse programa, por parte das pessoas, um encorajamento, para que expressassem algo que estava represado (Freud, 1915). A esposa que quis fazer revelar seus descontentamentos com o marido pedindo o divórcio no ar e o filho que ocultara nas suas preferências sexuais.

Depois desse desastre televisivo com esse programa, ocorreu um hiato de 20 anos e quase nada foi tentado com o gênero reality shows. Em 1978 houve uma nova explosão do gênero: A ABC filmou uma série onde ela colocava 8 artistas em um ambiente inóspito e os forçava a conviver entre si. A série parecia o que hoje viria a ser a série Survivor. Não foi ao ar porque o crivo da chefia da emissora vetou. Por décadas ficou nos cofres da ABC.

A década de 80 trouxe uma inovação na TV americana. Foi a década da família. Séries de filmes policiais foram deixadas de lado. A volta de soldados da Guerra do Vietnã deu um estímulo ao nascimento de crianças (“baby boomers”) e o desejo de exaltar na TV o valor da família. Séries como "Family Ties" (Caras e Caretas) e "Growing Pains" lançavam novos astros teen, como Michael J. Fox e Kirk Cameron. Séries como "The Cosby Show" dominavam a audiência, e tudo passou tranqüilo, sem maiores problemas.

Na década de 90 os filhos dos "baby boomers" chegavam à adolescência, e com um universo familiar mais liberal. Programas que abordavam temas mais pesados, como sexo e drogas passam a existir. E em 1992, uma emissora popular entre os jovens, decidiu que a melhor forma de abordar os assuntos da juventude era fazê-los se ver reagindo a diversas situações. A emissora era a MTV. A nova série era "The Real World". Produtores da MTV decidiram que um atrativo ideal seria mostrar um reality show onde pessoas como seu público conviveria em uma casa. Surgiu o programa "The Real World" que serviria como uma lição de vida para os jovens que se preparavam para cair no mundo real. O programa foi exibido no Brasil com o nome de "Na Real" (Nascimento, A.: 2003).

Como a MTV era uma emissora de TV a cabo, o seu alcance não era muito grande. O interesse da série era somente dos jovens, mas foi nesta série que deu para notar quanto a sociedade americana podia ser dividida em um pequeno número de tipos sociais comuns, com pequenas distinções entre cada pessoa: O nerd gentil, o gostosão arrogante, a moça irritadinha, a loira burra, a punk incompreendida, o bonitinho tímido, etc. Eram pessoas com as quais a audiência podia se identificar, e o interesse em vê-las reagindo deu à série sucesso entre a massa de adolescentes que crescia ao som de Nirvana e Guns 'N Roses. Essa fórmula ainda é copiada nos reality shows atuais, como o Big Brother, Casa dos Artistas, entre outros, nos quais em geral se observa o garotão sarado e musculoso, a loirinha "burra", bonita e com curvas perfeitas, o tipo bonzinho, o tipo mais intelectual, o tipo tímido, a empregada doméstica injustiçada pela vida, etc.. Enfim, tudo que procure maquiagem que os interesses do programa possam ser os mais elevados socialmente falando.

Em 2001 começou a segunda temporada de Survivor mostrando que a série não era um simples acaso. Survivor foi um programa cuja fórmula propunha que pessoas "comuns"

ficassem confinadas em um lugar “longe da civilização” (mas não do set de filmagem), divididos em duas equipes para enfrentar uma longa gincana de provas muitas vezes percebidas como difíceis, quando não cruéis, em condições bastante adversas. É importante salientar que na maioria das vezes as condições adversas eram propostas pela equipe de produção do jogo e não pelas condições da natureza em si do local. Ao final de cada prova, a equipe perdedora deveria escolher, diante das câmeras, um de seus membros para ser excluído da brincadeira. Pela primeira vez indo ao ar junto com os episódios inéditos de outras séries, a audiência se acomodou em cerca de 25 milhões de pessoas, e o episódio final teve mais de 30 milhões de telespectadores. O formato havia sido confirmado como sendo bem sucedido. Agora, era a hora das emissoras contra-atacarem. O que se viu no verão americano ficaria marcado para sempre. No Brasil este tipo de programa ficou conhecido com o nome de “No Limite”, sendo transmitido pela Rede Globo de Televisão logo após o Programa Fantástico (do horário nobre do Domingo). Atraídos por um prêmio de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), uma multidão de concorrentes tentaram ser selecionados, para a qualquer preço aparecerem na televisão. Ficou no ar até dezembro de 2001. A primeira ganhadora, Elaine, uma cabeleireira, conseguiu se destacar por um ano após o término do programa. Trabalhou por alguns meses fazendo palestras de motivação para empresas e uma campanha publicitária. Retornando, logo após, a sua função de cabeleireira. Mas nada tem limites no nosso mundo do espetáculo. O que sabemos hoje é que Elaine se tornou uma daquelas pessoas que ao encontrar jornalistas, tudo faz para ser vista e entrevistada. É o que diz o repórter Vesgo, (metáfora propícia) do Programa “Pânico na TV”³ da Rede TV, em entrevista para a MTV no Programa João Gordo exibido em 14/11/2004.

³ Programa de sátira e humorístico da Rede TV exibido aos domingos na faixa das 18h30min horas e repetido

Assim que as séries normais encerraram seus episódios, inúmeras emissoras começaram a criar seus reality shows. A ABC entrava na briga trazendo o mega-sucesso europeu *The Mole*. A FOX, que até a virada da CBS estava à frente deles, criou as séries *Boot Camp*, *Temptation Island*, *Love Cruise* e *Murder in Small Town X*. A NBC resolveu lançar um programa da Endemol que era um mini-reality show a cada episódio: *Fear Factor*, uma série que fazia os jogadores cumprirem provas assustadoras, como saltar de helicópteros e comer insetos. A WB, sexto canal em audiência, fez uma série em conjunto com uma emissora canadense, e dali surgiu a série *No Boundaries*. Na Inglaterra, uma série decidiu mostrar o processo de criação de uma banda, e o resultado foi a série *Popstars*. A UPN, quinto canal americano em audiência e querendo crescer, tentou fazer a sua série, mas acabou causando o primeiro caso grave de condenação por manipulação.

A emissora lançara duas séries ao mesmo tempo: *Under One Roof* e *Manhunt*. *Under One Roof* era uma série que revitalizava o antigo formato do game show "Family Feud": 5 famílias viveriam dentro de uma casa de 500 mil dólares de valor, batalhando entre si em provas. No final, a família com mais vitórias levaria a casa como prêmio. Até hoje, a UPN nunca mais se atreveu a se meter com reality shows, porque ficou provado que houve manipulação dos resultados dos vencedores do programa.

O ano de 2001 parecia promissor. A CBS, para contra-atacar as outras emissoras, decidiu relançar a série *Big Brother*, desta vez com uma alteração: os próprios jogadores votariam no jogador eliminado. Isso transformou o programa em um caldeirão de intrigas, e

às sextas feiras depois das 23 horas (tal o sucesso de suas brincadeiras). Vesgo é uma personagem vivida pelo ator Rodrigo Scarpa.

trouxe o primeiro vilão vencedor de um Big Brother: Will Hardy. A série foi um sucesso, mas não como Survivor.

Mas algo que aconteceu afetaria o mercado por algum tempo: os ataques terroristas ao Pentágono e ao World Trade Center, de 11 de setembro de 2001. A partir deste momento, um fenômeno aconteceu: a audiência americana, cansada da "realidade", foi procurar novamente as séries de ficção, para escapar da dura realidade que o povo vivia. A audiência das séries de realidade despencou e somente Survivor conseguiu sobreviver, com uma temporada na África que atraiu o público por causa da paisagem do lugar. A audiência de Big Brother 2 também despencou, e os jogadores foram informados dos ataques terroristas ainda na casa. Eles decidiram ficar no programa, apesar da CBS dar a eles a chance de sair e encerrar a série, e dividirem o prêmio. Mônica, uma das 3 pessoas ainda na casa, perdeu uma prima no ataque em Nova Iorque. Ela perderia o jogo por causa disso (os outros dois concorrentes não permitiram que ela avançasse, por acharem que perderiam facilmente o jogo). Podemos observar nessa passagem, como é marcante o sadismo e masoquismo nos seres humanos, tão sublinhado e assinalado por Freud, (Freud, 1920) e depois mais expandido nas obras de Melanie Klein (Klein, 1930), (Klein, 1952) Como nos assinala Maria Rita Kehl, ao falar dos exibicionismos na TV e a série “No Limite” :

“Programas dessa espécie mostram jogadores filmados em tempo real expressando o que tinham de pior: mesquinhez, covardia, a mais cínica capacidade de cálculo, falta de solidariedade e de lealdade”.(Bucci, e Kehl, 2004)

Acredito e concordo bastante com essa autora quando nos apresenta a idéia de que programas assim nos mostram a necessidade de querer provar tal qual num teorema, que

não se deve esperar grandeza e generosidade de ninguém. Só os ingênuos ainda acreditam que em condições melhores, o homem possa se tornar melhor.

Os EUA demorariam em se recuperar do ocorrido. Somente na temporada 2002-2003, o mundo dos reality shows traria novos sucessos e o seu recomeço (Nascimento, 2003). Em 2002 começou a quarta temporada de Survivor sendo muito bem sucedida na audiência e com a segunda temporada de Amazing Race tendo um sucesso de audiência melhor, já com os EUA voltando ao normal depois dos ataques terroristas. O gosto por séries escandalosas e violentas havia diminuído. O verão de 2002 não trouxe muitas séries de volta. A audiência de The Mole 2 foi tão patética que a série foi cancelada e retornou somente na temporada de verão. A série Temptation Island 2 também teve a mesma sina.

A rede de TV ABC estava com problemas. Na terceira posição na audiência, a emissora estava perdendo terreno rapidamente para a FOX. Sem saber o que fazer, dirigentes da emissora começaram a pensar, e foi quando eles trouxeram para o universo dos reality shows um programa já conhecido das massas dos anos 70: The Dating Game. A idéia do programa The Dating Game era fazer uma pessoa escolher dentre 3 pessoas do sexo oposto àquela com quem queria namorar. A emissora, então, percebeu que poderia conseguir um programa interessante ao fazer 25 mulheres caçarem um homem bem de vida e bonito, e que seria ainda mais interessante se ele as eliminasse aos poucos e elas tivessem que morar sob o mesmo teto. Surgia então a série The Bachelor, que foi sucesso instantâneo e desbancaram The Amazing Race 2 da audiência. O episódio final teve mais de 20 milhões de telespectadores, sucesso absoluto (Nascimento, 2003).

Já a FOX trabalhava em um outro formato. Um produtor da BMG chamado Simon Cowell, conhecido por ter sido a mente por trás da carreira das Spice Girls, queria achar um novo cantor pop. Então, ele pensou que poderia conseguir popularidade instantânea para seu artista se ele o criasse através de um reality show. Usando a fórmula de palco de programas como "The Gong Show", incorporando a eliminação de um cantor por semana e usando a audiência do programa para criar um público, Simon criou a série Pop Idol na Inglaterra. A série foi um sucesso instantâneo e ele imediatamente a levou para os EUA, dando o nome de American Idol. A série começou com uma audiência mais ou menos, mas os comentários cruéis de Simon fizeram o programa decolar, e a série acabou sendo o maior sucesso da nova temporada nos EUA e na Europa, batendo Popstars. (Nascimento, 2003).

No entanto, a série que marcaria o novo boom de reality shows foi uma série a qual a FOX decidiu que talvez seria interessante criar uma série onde os americanos pudessem ver a mudança do comportamento da mulher quando um homem bonito mas não excepcionalmente lindo fosse revelado como tendo uma fortuna, e ver a sua reação quando ela ficasse sabendo que a fortuna era inventada. Surgiu Joe Millionaire. A série foi alardeada por 4 meses pela FOX, aproveitando os intervalos de suas séries favoritas e de sua programação esportiva. O interesse do público era um só: ver 20 moças se encantarem com um solteirão que supostamente valeria 50 milhões de dólares, apenas para ver a sua reação quando este contasse que a fortuna não existia. O formato foi imediatamente criticado pela imprensa americana, e iniciou-se uma batalha de opiniões na mídia. Um processo de conversa boca a boca começou, e tudo apontava para um programa de sucesso. Atualmente no Brasil estamos convivendo com algo semelhante veiculado na Band de S. Paulo, no Programa de Marcia Goldsmidt (vide :www.band.com.br). A apresentadora tenta

achar uma namorada entre 10 jovens para o bombeiro Albucacys, que também é modelo, de corpo esculpido, olhos azuis, tendo posado de sunga para fotos de um polêmico calendário.

O formato de programa de talentos de auditório que fez tanto sucesso em American Idol também foi copiado. Séries como Star Search escolhia os melhores cantores, dançarinos, modelos e comediantes. A série Performing As escolheu o melhor impressionista de um artista já conhecido. Last Comic Standing foi totalmente baseado na escolha do melhor comediante. A série Are You Hot? foi simplesmente a escolha do homem e mulher mais bonitos da América. Nashville Star escolheu o melhor cantor country para ser lançado. A própria FOX fez a segunda edição de American Idol para um sucesso estrondoso, e tentou fazer uma série teen, para menores de 16 anos. A série American Juniors acabou não dando certo. Outras séries, como Fame e Dance Fever fizeram as pessoas não só cantarem, como dançarem.

No Brasil esse estilo resultou no programa Fama (Endemol) da Rede Globo de Televisão e na Espanha levou o nome de Operación Triunfo.

Na TV americana, surgiu a série The Osbournes, que seguia a vida da família do roqueiro Ozzy Osbourne, que só não foi além dos 10 episódios, porque a família se perturbou demais ao conviver com câmeras. Um dos filhos do casal se recusou a participar da série. No Brasil, a MTV, seguindo o mesmo formato, já exibiu a família de Wanessa Camargo, Marcelo D2, e de um de seus apresentadores (o VJ Edgard), entre outros.

O formato de pessoas presas em um lugar e reunidas também apareceu outras séries. Exs.: The Family, onde uma família competia entre si por 1 milhão de dólares. High School Reunion, onde uma turma de um colégio de 2º grau se reunia pela primeira vez em 10 anos e Paradise Hotel (uma série cujo plano era ser perpétua, com 8 pessoas indo morar

em uma casa no paraíso e a cada semana, uma ser substituída por outra). A série acabou sendo encerrada após 22 episódios, com direito a prêmio de 1 milhão de dólares e inúmeras alterações no formato da série.

Porém, é claro, para cada programa do formato reality show, podem surgir certos programas de objetivo muito discutível e polêmico. É o caso da série Extreme Makeover, que acompanha várias pessoas passando por cirurgias plásticas para ficarem bonitas. Em Queer Eye for the Straight Guy, 5 rapazes gays tratavam de embelezar um rapaz para um encontro com uma moça. Já em Joe Schmo, a série era, na verdade, uma farsa, onde uma pessoa comum era jogada em um reality show de mentira, só para mostrar a sua reação no final, quando fosse descoberto que a série era falsa (Nascimento, 2003).

No Brasil desnecessário dizer o quanto estamos já fartos de observar programas de transformações de cores de cabelos, de decoração de quartos e salas das casas dos “sorteados” que enviaram cartas ou e-mails à emissora, dos desafios a gordos descontentes com seus corpos e que ganham tratamentos em Spas. Todos são cópias de reality shows de outros países.

O futuro reserva muitas possibilidades para o mundo dos reality shows. Muitas das séries que surgiram neste segundo boom fracassaram, porém algumas tiveram um moderado sucesso, suficiente para novas edições, como Survivor e American Idol. No Brasil Big Brother, após o sucesso da 4ª temporada, está em andamento a 5ª temporada em 2005, com prêmio de um milhão de reais. Já é sabido que Big Brother Brasil, segundo o site: <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2601200505.htm>, tem garantido apresentação até 2007.

Além disso, existem outros projetos que estão sendo cogitados para irem ao ar como: Reality show que mostrando a abertura de um cassino, Reality show híbrido entre ficção e realidade e um reality show que escolheria um novo executivo de uma empresa. A versão americana sob o nome “O Aprendiz”, foi conduzida por Donald Trump, conhecido bilionário americano, no canal a cabo People+Arts. Esse reality show selecionou por meio de testes práticos, um profissional com perfil para assumir um cargo de confiança no conglomerado Trump. Neste caso em especial, o que está em jogo é o candidato ouvir a tão sonhada frase: “Você está contratado!”. Sem entrarmos em grandes aprofundamentos, na atualidade a conquista de um emprego causa fascínio e triunfo. Em dias de globalização observamos através dos novos modelos de contrato de trabalho, o quanto emprego e estabilidade ficam cada vez mais difíceis.

No Brasil, segundo matéria de Marcelo Bernardes⁴ o programa *O Aprendiz* está com estréia prevista para 04 de novembro de 2004, sob a apresentação de Roberto Justus, empresário e presidente do Grupo Newcomm. O vencedor da versão brasileira trabalhará em uma das empresas do grupo e ganhará um emprego estável por um ano, ganhando R\$250.000,00 anuais, livres de todos impostos e encargos. A matéria informa não só a estréia do programa, como também um encontro entre Donald Trump e Roberto Justus ocorrido no QG de Trump, o edifício Trump Tower, na Quinta Avenida. O encontro revelou Trump bem humorado e elogiando a namorada de Justus, que o acompanhava (a empresária Guilenia Bogosian).

Podemos pensar que na sociedade do espetáculo agora ter um emprego é literalmente “um espetáculo”. Se antes emprego era algo de esperado e natural após anos de

⁴ Bernardes, M. Revista Caras, Edição 572 – Ano 11, Editora Abril, 22/10/2004. Pgs. 88-92.

estudo, luta e empenho, agora passa a ser algo de desafiador, algo de diferente. E sabemos terem se inscrito por volta de 30.000 (trinta mil) candidatos ao emprego oferecido pelo *O Aprendiz*. Pessoas com diploma universitário, cursos de pós – graduação. Muitos deles falando fluentemente e escrevendo em dois ou mais idiomas. Mas nada espantoso num país em que observamos que seria necessário criar mais de 10 mil vagas para doutores desempregados, como já comentamos anteriormente na introdução desta dissertação. Sem contar que agora a figura de um empresário, não é mais a que observávamos antigamente. Ao invés de encontrarmos homens ou mulheres bastante sóbrios, nos deparamos com profissionais que precisam manter uma imagem e perfil. Agora aparecer na TV é marketing para o empresário e suas empresas. Fica como algo que faz parte da operação a favor da boa imagem do empresário em questão. Como também estar ao lado de belas mulheres, integra manobras ou passos em direção da boa imagem.

Este "reality show" foi exibido pela Rede Record e pelo canal pago People+Arts sempre as terças e quintas, desde o dia 4 de novembro, no horário das 22 horas. Em sua estréia o programa obteve 9 pontos de audiência, com picos de 13. Cada ponto no Ibope correspondia a 48,5 mil domicílios na Grande São Paulo.⁵ Mal a série começou e já se lançam suspeitas de que um dos participantes seja parente de um dos patrocinadores. Essa suspeita ficou mais em evidência, depois que um dos participantes foi indicado pelos dois assessores de Roberto Justus para ser eliminado do programa, o que acabou não acontecendo. O apresentador alegou que no episódio daquele dia, uma das concorrentes saiu do programa por estar doente e necessitar cirurgia. E que isso isentaria a saída dos demais concorrentes até a semana seguinte. Apesar disso o programa segue com uma audiência considerada qualificada (classes A, B e C se interessam por assistir a atração).

⁵ <http://televisao.uol.com.br/ultnot/2004/11/11/ult698u7589.jhtm>

Também vale a pena salientar que a maior parte das redes americanas de TV realizou reality shows por estarem em condições econômicas bastante comprometidas, o que nos leva a fazer a hipótese de que os lucros e ganhos estão acima de qualquer coisa, principalmente valores éticos e morais.

Com tantas mentes férteis trabalhando nos EUA, é possível que ainda tenhamos muitos anos de programas de realidade por vir. Porém as últimas notícias nos remetem a Cannes, França, em 07 de outubro de 2003, através da Agência France Press⁶, a respeito de um reality show que selecionou cinco atores para trabalharem em filmes pornográficos. A notícia diz : "Big Brother", tome cuidado! Um grupo de ambiciosos jovens trancados dentro de casas, especialmente preparadas com pequenas câmeras, conquistou audiência recorde em todo o mundo, grudada nas telas da TV o tempo todo.

Mas na versão mais quente dos cada vez mais comuns reality shows extremos, cinco atrizes, estrelas do cinema pornô, vão testar cinco bravos candidatos cheios de energia, para ver qual possui o que é necessário para o mundo dos filmes adultos.

Com o título "Private Stars", pertencente ao Private Media Group com base na Espanha, a nova série erótica que estreou na MIPCOM, termina nesta sexta-feira. Este é de longe o mais controverso 'reality show' desta MIPCOM. Com um grande número de programas cada vez mais radicais oferecidos, consumidores podem estar prontos para o teste final. Os "TV execs" confirmam que a 'reality television' continua fazendo sucesso neste formato através de uma fórmula vencedora com uma audiência que vai dos 16 aos 30 anos por todo o mundo.

⁶FONTE: <http://sexo.uol.com.br/sexoadulto/>. jhtm

3.2 História do Big Brother

As origens do "Big Brother" prendem-se com a própria história da Internet e com a investigação científica. Em 1991 surge o projeto Biosfera II, no qual um grupo de cientistas aceita viver numa casa isolada, dependendo apenas dos seus meios para a sobrevivência.

Entretanto, o desenvolvimento da Internet permitiu a transferência de imagens captadas por webcams para qualquer ponto do planeta. Jennifer Ringley foi a pioneira desta nova moda. Colocou diversas câmaras em sua casa e começou a transmitir a sua vida via Internet. Outras experiências do mesmo gênero surgiram, e a aceitação foi bastante grande.

Começaram a surgir nos ecrãs de cinema, filmes que se baseavam nesses sentimentos, como "Show de Truman" ou mesmo "Inimigo Público". Os sucessos de outros filmes que relatavam experiências reais, como "The Blair Witch Project", abriu portas à televisão, que já possuía alguns programas como "Isto só video" ou os famosos Apanhados, que se baseavam também nas experiências e situações reais vividas por pessoas comuns.

Mais tarde, a Endemol adaptou a idéia das webcams a um programa de televisão. Idealizou a casa onde os concorrentes seriam constantemente vigiados por câmaras e estabeleceu as regras que os isolavam completamente de toda a realidade durante um período de tempo. Seria um estudo sociológico sobre a forma como os humanos conseguem viver em sociedade. Isso ocorreu em 1999, na Holanda. (Nascimento, 2003).

O nome para o programa foi delineado tendo por base um famoso livro de George Orwell, "1984" (Orwell, 1949, ed.2004). A obra relata a existência de uma sociedade num futuro pouco distante, na qual todos os movimentos são seguidos por câmaras que

controlam a vida de todos. Existe um ser, que nunca descobrimos quem é, que controla todas as câmaras e intervém nas vidas dos habitantes dessa sociedade. (Essa personagem é exatamente o Big Brother, ou o Grande Irmão que tudo vê).

Em entrevista concedida à revista *Época*⁷ John De Mol, inventor do primeiro Big Brother diz que o programa é um espelho no qual o público observa a si próprio. Revelou que só leu o romance de Orwell, 1984, depois que produziu Big Brother, e que não há nenhuma relação entre o livro e o programa de TV, a não ser na escolha do nome da personagem, para dar título ao programa. Afirmou que só em Portugal a produção teve problemas de agressão física entre competidores, precisando intervir. Já conseguiu montar o programa em 25 países, participaria de um deles pela curiosidade que teria de suas reações e dos demais. Tem 500 tipos de programas de TV em seu catálogo de invenções, nunca bisbilhotou a vida dos vizinhos, mas o faria se pudesse e tivesse chance. Porque foi movido pela sua curiosidade que inventou o programa. Seu maior negócio foi vender a Endemol, sua produtora em 2000 para o grupo Telefônica.

⁷ Fonte; <http://epoca.globo.com/edic/20020318/entrevista.htm>

3.2.1 O Big Brother de Orwell⁸



Fig. 7 – O Grande Irmão está vendo você. Gravura disponível em : <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>

Segundo (Schilling: 2002) George Orwell, escritor inglês falecido em 1950, desencantado com o socialismo, especialmente com sua faceta stalinista, causa que abraçara para melhor lutar contra o nazi-fascismo, dedicou os últimos anos de vida a denunciar o comunismo stalinista. Para tanto publicou dois livros, nos anos de 1945 e 1949, ambos com impressionante projeção, e que fizeram por acirrar ainda mais o feroz debate ideológico entre comunistas e democratas que dividiu o mundo intelectual na época da guerra fria. Os livros eram: *Animal Farm* (A revolução dos bichos), e *Nineteen Eighty Four* ("1984"), que tinha simplesmente um número na capa, o no qual apareceu pela primeira vez o onipresente *Big Brother*, o Grande Irmão.

⁸ FONTE: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>

3.2.2 Camarada Winston: um auto-retrato

"If you want a picture of the future, imagine a boot stamping on a human face--for ever."

(“Se você quer uma imagem do futuro, imagine uma bota prensando um rosto humano para sempre”) George Orwell (1984: 1950).

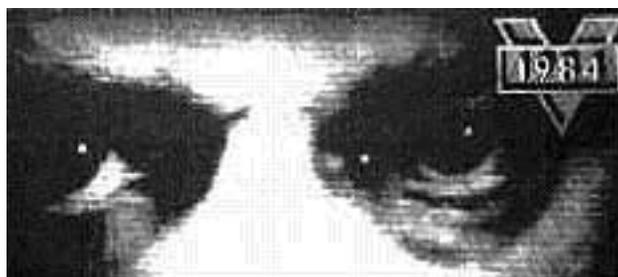


Fig. 8 - O olho totalitário tudo vê (do Big Brother) disponível no site: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>

O intento do cidadão Winston Smith de rebelar-se contra o todo-poderoso sistema em que ele vivia fracassara rotundamente. Preso, torturado de uma maneira especial pela polícia política do regime (ele era fóbico a ratos, justamente com quem teve que compartilhar uma gaiola), ele não resistiu. Em pouco tempo, reciclado por um programa de recondicionamento de praxe, na verdade uma lavagem cerebral em regra, Winston voltou a ser um servo da ordem totalitária. Esta é em essência o enredo da novela de terror político *Nineteen Eighty-Four* ("1984") de George Orwell, aparecida em 1949. O livro assinalou o rompimento definitivo dele com qualquer causa de esquerda. De certa forma, pode-se considerá-la como o epílogo do seu desentendimento com os comunistas, drama moral e ideológico que se arrastava há mais de dez anos, desde os tempos da Guerra Civil espanhola (1936-39). O filme, inspirado no livro é denso e tocante pela sua fotografia bem cuidada, salientando cores branca e preta quando focaliza a vida das pessoas sendo vigiada, provocando nelas o desânimo. E cores mais vivas e variadas quando a personagem central

se apaixonou. Mas depois descobrimos ao longo da história que era tudo ilusão. E que era impossível escapar da vigilância do Grande Irmão.

3.2.3 Orwell um sonhador



**Fig. 9 - George Orwell (1903-1950) disponível no site:
<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>**

Nunca foi um militante comunista. Considerava-se um independente, um companheiro de viagem da causa. E assim o foi. Como tantos intelectuais da sua geração, a crise dos anos 30, seguida da espantosa ascensão do nazi-fascismo, quando ditadores como Hitler, Mussolini e Franco, passaram a servir de exemplo e inspiração para tantos outros candidatos à tirania, Orwell inclinou-se pela resistência a eles. Em dezembro de 1936, ele, como tantos outros estrangeiros, apresentou-se como voluntário para deter o golpe direitista do general Franco, na Espanha. Estando ferido na garganta lutando ao lado dos milicianos de esquerda, em maio de 1937, ele foi, justamente por não ser um enquadrado, considerado

um fora-da-lei pelos comunistas espanhóis alinhados a Moscou.. Orwell estava se recuperando em Barcelona quando assistiu, em junho de 1937, a liquidação, por fuzilamento ou encarceramento, do POUM (uma milícia pró-trotsquista que foi colocada na ilegalidade pelos comunistas espanhóis, supervisionados pela GPU de Stalin). As batalhas de rua travadas entre os socialistas e comunistas contra os anarquistas e os integrantes do POUM (Partido Obrero de Unificación Marxista) foram por ele vivamente registradas nas páginas do seu *Homage to Catalonia* (Lutando na Espanha, pela tradução brasileira feita pela Editora Civilização Brasileira). Foi escrito logo após a sua volta a Londres. Aquela absurda carnificina entre as esquerdas, que se tiroteavam e se ofendiam em frente a um inimigo comum, era o resultado da política stalinista. O ditador soviético, na época dos processos de Moscou, tinha transferido sua luta contra Trótski e outros opositores, para dentro da guerra civil da Espanha. Como era ele quem abastecia os republicanos espanhóis com as armas e suprimentos com que lutava contra Franco, ninguém pôde demovê-lo da intenção de exterminar com os dissidentes, ainda que, até aquele momento, lutassem ombro a ombro contra o inimigo comum. Aí nesses fatos todos encontram as raízes dos seus desencantos, depois criativamente traduzidos em seus livros.

3.2.4 Para vencer a desilusão, só a criatividade

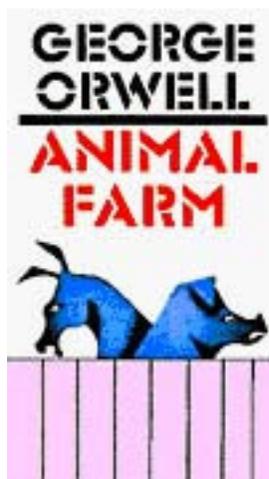
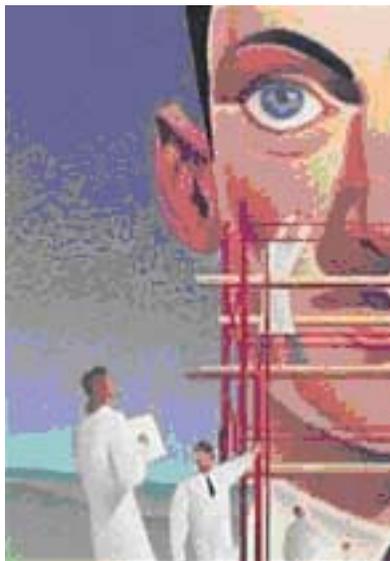


Fig. 10 – Capa do livro Revolução dos Bichos disponível no site: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>

Abalado, Orwell, retornando à Grã-Bretanha, aos poucos arquitetou a vingança contra os comunistas. Sua sátira *Animal Farm* ou *A Revolução dos Bichos* publicada em 1945, foi inspirada em *La Fontaine*, que se socorria da história de bichos para expor os homens. Fez uma devastadora crítica ao regime soviético. Este livro correu o mundo alimentado pelas paixões acesas pela guerra fria. Foi muito bem retratado em filme, no qual mostra implacavelmente e com muita ironia como bichos ficam enlouquecidos, quando têm o poder nas mãos, fazendo assim uma bela metáfora e crítica aos seres humanos. Em seguida, em 1949, um ano antes de morrer tuberculoso, editou o *Nineteen Eighty-Four* ("1984"), o grande clássico da desilusão de um esquerdista com o comunismo, sentido por ele como utopia. Inspirado na pequena novela *Nós* de Eugênio Zamiatin, de 1920/1, escrita em plena União Soviética, Orwell, com recursos literários bem superiores, colocou o regime de Stalin sob execração universal. Enquanto o ex - bolchevique Zamiatin, que foi o verdadeiro profeta da sociedade anti - utópica, chamou de benfeitor o ditador do seu Estado Uno, Orwell batizou-o de Big Brother. Era o Grande Irmão, que tudo via, tudo sabia e tudo previa, o invisível senhor de uma máquina política totalitária que movia guerra ao mundo e aos seus poucos opositores. Também recorreu a outro best-seller da distopia (isto é uma anti-utopia ou contra-utopia, que visualiza o futuro como um pesadelo), o *Brave New World*, o *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley, que descrevia o funcionamento de

uma sociedade pavloviana inteiramente controlada por recursos biológicos e farmacêuticos, publicado em 1931.

O lema do regime era Big Brother is Watching You, ou seja, o Grande Irmão te vigia e nada lhe escapava. Invertendo a lógica do aparelho televisor, obrigatoriamente ligado, sem outras alternativas de programas, era por meio do tubo que ele controlava os cidadãos rebaixados a servos obedientes. Transmitia um sentimento de que o Grande Irmão seria onipresente, através do controle da TV.



**Fig.11 - Construindo a docilidade pela Medicina disponível no site:
<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>**

A figura 11 ilustra como a Medicina pode ser usada de forma lamentável, a serviço de controlar as pessoas. Por ex.:

- ❖ As lobotomias frontais realizadas para alterar o comportamento, em presos políticos ou doentes mentais incômodos, questionadores demais. Fato assim é retratado brilhantemente no filme “Um estranho no ninho”, estrelado por Jack Nicholson, ganhador do Oscar de melhor ator na ocasião.
- ❖ Os eletro choques punitivos aplicados como forma de tortura.
- ❖ As sedações hipnóticas administradas como forma de calar a boca, entre outros.

3.2.5 Que mensagens Orwell pretendia expressar

Além de ser uma espécie de acerto de contas com o regime comunista, Orwell pretendeu com o livro *1984* tecer certas considerações sobre a experiência socialista até então conhecida. Basicamente ele assegurou que:

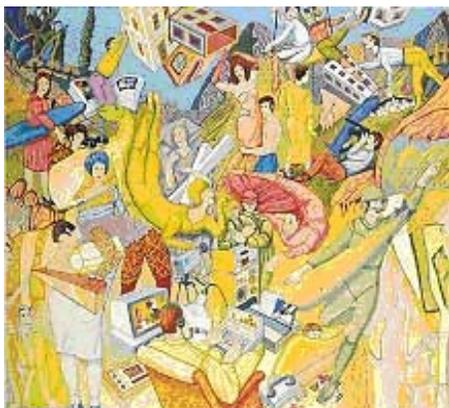
- ◆ A guerra deveria alimentar o consumo de produtos do trabalho humano, incrementando o padrão de vida , controle do povo e das funções hierárquicas. Acreditava que a luta stalinista seria pretexto para alimentar o próprio regime de ditadura implantado, porque para ele só assim o sistema continuaria validado.
- ◆ Havia uma necessidade emocional em acreditar na vitória final do Grande Irmão. Era necessária uma pressão psicológica otimista do grande chefe, para contrapor a opressão.
- ◆ A guerra contínua tinha a função de garantir a ordem interna do regime. Desta forma Guerra significava Paz.
- ◆ Havia sempre três grandes graus na sociedade, o alto, o do meio e o de baixo, e nenhuma mudança afetou um milímetro sequer a desigualdade humana.

- ◆ Coletivismo não significa socialismo. Agora a riqueza pertence a uma nova "classe alta", formada pelos altos postos do partido. De tal modo que a igualdade de classes não teria sido alcançada.
- ◆ Grupos dominantes controlam a riqueza e os bens, de tal modo que nem todos terão acesso a eles.
- ◆ As massas, (os ditos "proles" do livro de Orwell) ganharam liberdade de pensamento partido, demonstrando que todo ardil do Grande Irmão, na busca de um controle absoluto do pensamento do povo foi em vão. O pensamento não se aprisiona, ele é livre. É nosso tesouro precioso, que se quisermos ninguém atinge.



Fig. 12 - O sombrio mundo das massas dominadas pelo Grande Irmão, disponível no site: <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>

3.2.6 O fim do totalitarismo



**Fig. 13 - Visão alegórica do mundo controlado pelo Grande Irmão (tela de Carlos Carreiro) disponível no site:
<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>**

Orwell como todos os demais escritores da distopia, era um pessimista que viu o futuro desesperançado. O Estado moderno, particularmente os de regime socialista, o do impessoal Grande Irmão, havia desenvolvido tamanha capacitação de controle sobre o coração e a mente dos indivíduos que era impossível derrubá-lo. É de se supor que ele jamais imaginou, quarenta anos depois do seu livro, como os acontecimentos de 1989 demonstraram, que aquele Estado terminasse, no final das contas, por ser demolido pelas massas trabalhadoras. Ou que seu livro pudesse algum dia, inspirar algo de tão próximo do seu livro, quanto o programa Big Brother.

Os próprios filhos diletos do Grande Irmão, saíram às ruas de Gdansk, de Varsóvia, de Berlim, de Praga e, por fim, de Moscou mesmo, para pôr um basta naquilo tudo.

Depois desse parêntesis de esclarecimento sobre George Orwell e sua imensa criatividade, podemos voltar ao programa Big Brother .

O programa estreou na televisão holandesa em 1999 e o seu sucesso foi imediato. Vários países compraram os direitos para a transmissão do programa, como a Alemanha, o

Reino Unido, os Estados Unidos e a Espanha e em todos se repetiu o sucesso. Seguiram-se outros países como Portugal, a Suíça ou a Polônia.

A seguir vemos no mapa mundo alguns países onde o programa veicula e suas audiências.⁹ Consta pelo mapa: Brasil - líder de audiência no mundo, África em segundo lugar e Estados Unidos em terceiro.

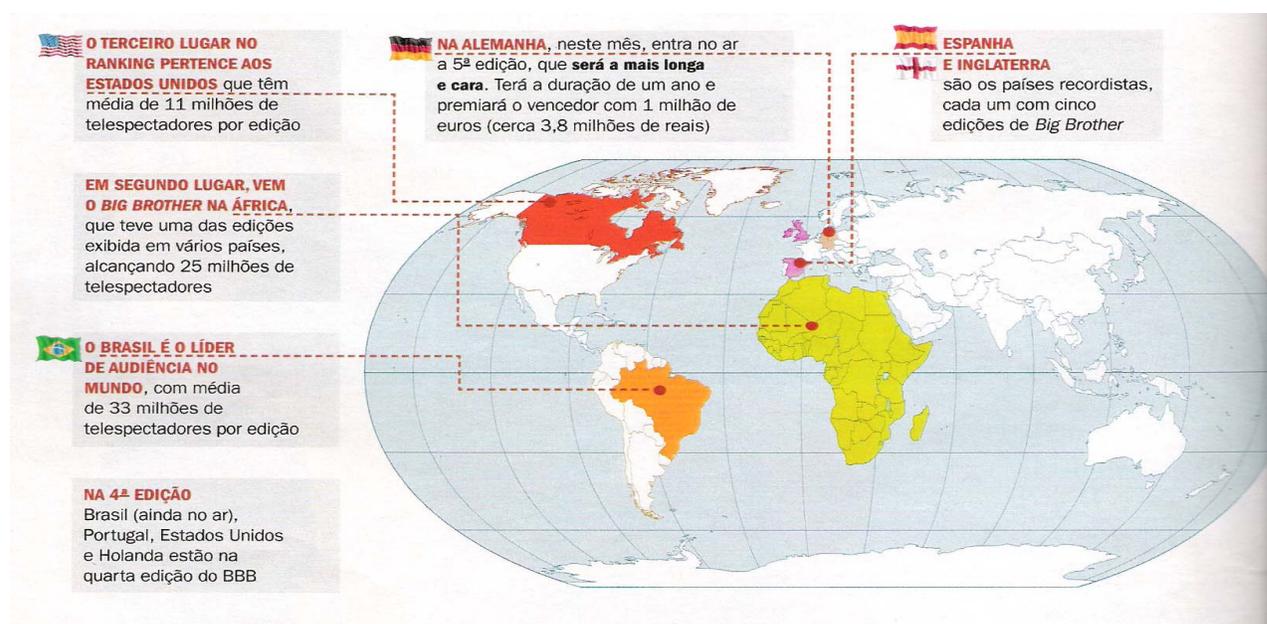


Fig. 14 - Mapa mostrando alguns países que veiculam o programa Big Brother.
Fonte. Revista Contigo. 11 de março de 2004, Ed.n. 1486. Ed. Abril. São Paulo.

⁹ Revista Contigo . 11 de março de 2004. Ed.n. 1486. Editora Abril.

3.3 O Big Brother no Brasil

Como na TV a competição é marca registrada, principalmente entre as emissoras, na história do Big Brother no Brasil, a situação não poderia ser diferente. Na Rede Globo de Televisão tudo se inicia por um contrato entre Globo e o grupo Endemol, que detém os direitos do programa. A estréia do programa acabou sendo antecipada, porque na Globo os responsáveis pelo programa no Brasil foram surpreendidos pelo lançamento de um programa do SBT (Sistema Brasileiro de Televisão). Foi o programa “Casa dos Artistas”, que tinha exatamente o mesmo formato e as mesmas propostas que o Big Brother Brasil. Isso resultou num processo da Rede Globo contra o SBT, como podemos observar em matéria da Revista Época online(<http://epoca.globo.com/edic/20011203/cult2a.htm>). Nessa matéria é apresentada uma série de justificativas para que a Rede Globo processasse o SBT. Apesar da maciça audiência do SBT com sua Casa dos Artistas (46 pontos, no último dia da primeira edição), a Rede Globo superou audiência, tendo o primeiro programa Big Brother na Rede Globo atingido os 57 pontos no Ibope, segundo a mesma Revista Época, acima citada.

A 5.a edição de Big Brother Brasil está com audiência expressiva como podemos observar na exibição de 27/01/2005, que ultrapassou a própria marca, ao atingir 51 pontos, segundo a prévia do Ibope na Grande São Paulo. O pico do Big Brother Brasil nesse dia foi de 60 pontos, com *share* (número de aparelhos ligados) de 76%. A última maior média da atração foi no dia 25 último, com 50 pontos, conforme o site: http://ofuxico.uol.com.br/noticias/notas_144712.html, consultado em 28/01/2005. Cada ponto corresponde a 1% do Universo pesquisado que era de 5.232.600 domicílios pesquisados e 17.059.700 indivíduos, conforme fonte da internet disponível no site do

Ibope: http://www.almanaqueibope.com.br/asp/metodologia_tvaberta.asp e acessado em 08/05/2005.

Esta expressiva audiência é fator que atrai bastante as pessoas a participarem do programa vai além dos prêmios. Todos os participantes sabem que podem lucrar muito mais se conseguirem passar ao público uma imagem empática. Reality shows não são mais uma novidade no país e as revistas de celebridades estão cheias de remanescentes de edições de No Limite – o grande pioneiro do formato no país – e da própria Casa dos Artistas. Assim, era de se esperar que nas primeiras horas que passaram isolados do mundo exterior os participantes do BBB pecassem pela ansiedade. Alguns deles nitidamente exageraram nas doses de estrelismo e na vontade de se sobressair aos demais. Mesmo assim, a impressão que ficou da primeira semana foi de que a escolha dos participantes, feita num universo de 500 mil inscritos, foi feliz. O primeiro grupo surpreendeu desde o início pela disposição e pela alegria contagiante. Na casa do Big Brother Brasil, todo dia era dia de festa. Até hoje nas últimas edições é mantido o formato de haverem festas na casa pelo menos uma a duas vezes por semana. Os participantes do programa podem inclusive deixar de participar das festas, caso não cumpram exigências das regras do programa, como se pode verificar na 5.a edição, no participante Giuliano Ciarelli.

3.3.1 A Casa do Big Brother Brasil ¹⁰ (Fotos da 4.a e 5.a Edição do BBB)¹¹

A casa tem a seguinte distribuição: área interna de 450 m². E área externa de 1200m², O consumo médio de energia é de 780 kWh/dia, suficiente para uma cidade de 20 mil habitantes. Possui a seguinte planta e disposição de cômodos:



Fig. 15 - Planta da casa do Big Brother Brasil 4

Todas as fotos que estão exibidas nas figuras referentes aos cômodos da casa do Big Brother Brasil (Edição 4 e 5) estão em exposição comparativa e estão disponíveis no site www.globo.com/bbb

¹⁰ Revista Contigo 11 de março de 2004. Ed.n. 1486. Editora Abril. Pgs. 126-133, com Fotos da 4.a Edição do Programa Big Brother Brasil

¹¹ Fotos extraídas do site : <http://www.globo.com/bbb>

1. Churrasqueira;
2. Sala de jantar;



Fig.16 – Sala de Jantar da edição 4



Fig.17 – Sala de Jantar da edição 5

3. Banheiro – É o único, com uma câmera que é desligada quando o participante senta no vaso;



Fig.18 – Banheiro da edição 4



Fig.19 – Banheiro da edição 5

4. Quarto de dormir maior – Possui uma cama de casal, quatro camas de solteiro e uma cama de armar;



Fig.20 – Quarto de dormir maior (BBB 4) Fig.21 – Quarto de dormir Zen (BBB 5)

5. Quarto de dormir menor – Possui quatro camas de solteiro;
6. Despensa – Só abastecida de arroz, feijão e goiabada. O resto tem que ser ganho nas provas. Atualmente, para dar uma aproximação maior da realidade econômica aos participantes do programa, as provas são disputadas e o prêmio obtido são estalecas (moeda criada pela produção do programa). Existe inclusive um câmbio e valor do dia para elas, tornando os produtos comestíveis, de higiene ou de uso da casa mais caros ou mais baratos.
7. 7.Sala de estar



Fig.22 - Sala de Estar (BBB 4)



Fig. 23- Sala de Estar (BBB 5)

8.Quarto do líder – Tem cama de casal, frigobar e videocassete. O líder pode escolher quem pode ficar lá e é imune à votação do público e dos moradores da casa;



Fig.24 - Quarto do Líder (BBB 4)



Fig.25 - Quarto do Líder (BBB 5)

9.Confessionário – Todos vão lá uma vez por dia, mas não são obrigados a falar para a câmera;



Fig.26 - Confessionário (BBB4)



Fig. 27- Confessionário (BBB5)

10.Piscina – Os participantes devem limpar a piscina, que tem em seu interior duas câmeras.



Fig.28 – Piscina (BBB 4)



Fig. 29– Piscina (BBB 5)

11.Sala de Musculação



Fig. 30– Sala de Musculação (BBB 4)



Fig.31 – Sala de Musculação (BBB 5)

12. Gazebo e Jardim



Fig. 32– Gazebo e Jardim (BBB 4)



Fig.33– Futton (BBB 5)

13. Ofurô



Fig.34 – Ofurô (BBB 4)



Fig.35 – Hidromassagem (BBB 5)

14.Lavanderia

15.Varanda

Conforme reportagem de Carol Knoploch, para o Caderno TV & Lazer, do Jornal “O Estado de São Paulo”, de 09/01/2005, a decoração de um dos quartos tem estilo Zen (como vemos na Fig. 21) e do outro quarto tem um tom tropical. O líder terá suíte personalizada e o confessionário aquário (conforme a fig. 27). Outras novidades são o “hidrospa” e um “futton” para meditação no jardim. São 42 câmeras, 68 microfones e há controvérsia quanto ao número de pessoas que trabalham na casa. Para essa fonte citada, trabalham na casa 250 pessoas. E segundo SOARES. (2004) – **Big fenômeno, big negócio**, Revista Contigo, Ed. Abril, ed.n. 1486,11 2004, pg. 126-133, trabalham na casa 600 pessoas, conforme observamos na fig. 15, que mostra a planta da casa do Big Brother Brasil

(4.a e 5.a Edição). A Fig. 15 ilustra inclusive outros dados relevantes como: gasto mensal com produtos de limpeza, consumo mensal de comida por participante.

Com relação à comida, a 5.a Edição trouxe novidades. Os participantes deveriam submeter-se a provas para obter o que a produção convencionou chamar de “estaleca”, que consistia numa moeda fictícia. Essa moeda servia como forma de comprar alimentos, roupas de cama, de banho, utensílios, móveis, etc. É importante acentuar que as estalecas tinham cotação flutuante, como os preços dos produtos também. Podemos supor que a produção tenha feito isso tentando por um lado apimentar o jogo e por outro tentando dar alguma noção ainda de dinheiro, de custos, para um grupo que confinado por muito tempo pode perder essa noção.

Como se pode observar a oferta de luxo e “conforto” aos confinados é bastante significativa. Quando coloquei conforto entre aspas, estou me referindo ao fato de que o ser humano pode passar dias intermináveis num lugar de luxo e conforto. Mas chegará o momento em que a pessoa irá querer o seu espaço, o seu canto, enfim a sua casa por mais que um hotel possa ser cinco estrelas. Essas ofertas todas não são um lar.

3.3.2. Ficha de Inscrição do BBB5 (disponível em Anexos)

A ficha de inscrição ao BBB5 procura focalizar além dos dados pessoais do candidato (idade, sexo, peso, altura, filiação, etc.), o regulamento do programa, se o candidato já alterou legalmente seu nome, que nomes usou, se esteve preso, acusado de algum crime, uso de drogas, se fuma, se já fez tratamentos psiquiátricos, entre outros tópicos. Mesmo assim, surpresas várias podem ocorrer na população de confinados. Em Portugal foi necessária intervenção da produção por problemas de agressão física. Isso faz

com que certos recursos não sejam usados na casa (liquidificadores ou trituradores, que tenham lâminas). Nas três primeiras edições o programa contou com um psiquiatra e psicanalista, que até o que se tem referência tenha sido o Dr. Luiz Alberto Py, que fez formação em Psicanálise na Sociedade Brasileira de Psicanálise de S. Paulo.

O fato é que a ficha e o vídeo representam formas de cuidado, mas que não são suficientes. O modelo da ficha pode ser visto ao final nos Anexos.

3.3.3 Os Lucros do BBB ¹²

Lojinha BBB 4

BBB 1
80 mil cópias

BBB 4
50 mil cópias*

De revistas a calcinhas, a marca BBB é um negócio bem abrangente

- Em cinco dias, a área de comércio por internet do site *Big Brother Brasil* recebeu mais de **5.000** visitas. Ainda não há dados sobre compras efetivas.
- Estão no mercado atualmente **dez produtos** com a marca *BBB 4*. Há cafeteiras, edredons e até calcinhas de Antonela, o produto mais curioso, vendido a R\$ 9,90.
- O número único da revista *Quero Ser um Big Brother* vendeu 1,5 milhão de exemplares.

Custava R\$ 2 cada e serviu para levar Cida e Thiago ao *BBB 4*.

- Foram lançados **dois CD's** pela Som Livre com as músicas que embalam os confinados na casa. O preço médio de cada um é R\$ 21,90.

*ESTIMATIVA DE VENDAS DO CD, LANÇADO EM 15/2

Fig. 36 - Produtos comercializados com a marca BBB

Observemos os custos e os lucros do BBB.

Voto vira lucro:

¹² *Revista Contigo. 11 de março de 2004. Ed. 1486. Editora Abril*

Na 4.a edição, os telespectadores puderam votar usando a internet, ligações telefônicas pelo 0300 e ainda o sistema SMS (Smart Messaging System, mensagens de texto via celular). Só nas primeiras cinco semanas:

- Nas cinco primeiras eliminações do BBB 4 foram computados 38.864.947 votos pela internet, mensagens SMS e telefonemas 0300.
- Nesse ritmo, ao final do BBB 4 estimou-se chegar a mais de 93 milhões de votos.
- 9.047.637 votos foram feitos via SMS e 0300 ao custo de R\$ 0,31 mais impostos, e gerou para Globo e operadoras R\$ 2.804.767. Ao final do programa, a cifra poderá pular para R\$ 6.731.441.
- O BBB 3 recebeu aproximadamente 81 milhões de votos.

Votos Proporcionais:

Segundo a Central Globo de Comunicação, nesta edição os votos são avaliados de acordo com o cruzamento de dados de uma pesquisa encomendada ao IBGE. O que se pretende é dar o devido peso aos votos recebidos via internet, telefone fixo e celular e evitar que o universo dos usuários de computadores domine a cena, já que representam a minoria da população. A emissora não divulga tal proporção, mas dados do IBGE de 2002, num universo de 47.558.659 moradias, indicam que:

- ◆ 61,6% (ou 29.319.600 residências) têm telefone fixo.
- ◆ 10,3% (ou 4.912.732) têm internet
- ◆ 8% (ou 4.189.137) têm celular.
- ◆ Mas, no total de votos recebidos, a Globo recebe aproximadamente 76% via internet, 24% por meio de telefone fixo e celular.

- ◆ Ao cruzar esses dados, supõe-se que são necessários aproximadamente 6 votos de internet para equivaler a um de telefone fixo ou celular

O fim das contas

❖ Quanto custa o Show:

- Direitos autorais: R\$12 milhões
- Construção da casa: R\$ 1 milhão
- Equipe: R\$ 2,5 milhões
- Equipamento: R\$ 2 milhões
- Premiação: R\$ 533 mil
- Total de custos: R\$18,03 milhões

❖ Quanto rende o Show:

- Patrocínio avulso: R\$ 4,5 milhões
- Patrocínio mais merchandising: R\$6 milhões
- Comercial de 30s BBB: R\$115 mil

❖ Em comparação com outros programas da grade da Globo:

- Patrocínio Celebridade (cota exclusiva): R\$ 3 milhões por mês
- Patrocínio Fantástico (cota exclusiva): R\$ 2,5 milhões
- Comercial de 30s Fantástico: R\$193 mil
- Comercial de 30s Celebridade: R\$ 211mil

Como normalmente são vendidas duas cotas de patrocínio avulso e duas com merchandising, o Big Brother rende a Globo aproximadamente R\$ 21 milhões só em patrocínio.

❖ **Perdas e ganhos:**

- Os gastos com o show somam R\$ 18 milhões
- O faturamento gira em torno de R\$ 27 milhões isso significa um lucro de R\$ 9,67 milhões sem contar a participação nos produtos vendidos, nos comerciais de 30 segundos, CDS, pay-per-view:

Cresce o número de pay-per-view (24 horas no ar) ao custo médio R\$ 66 por assinatura:

- BBB 1 (2002) - 85.102 (Vendas pela Net e Sky)
- BBB 2 (2002) - 44.041 (Só houve vendas pela Sky)
- BBB 3 (2003) - 106.986 (Vendas pela Net e Sky)
- BBB 4 (2004) - 81.715 pacotes até o dia 15 de fevereiro (Vendas Net e Sky)

Como podemos observar o lucro final é de 9,67 milhões com o gasto de 533 mil em prêmios, que significa menos de 10% de gastos entre o arrecadado final e o prêmio. E mesmo na 5.a edição representará se a previsão for a mesma, ainda que o prêmio passe a um milhão de reais no máximo 10% do total. Esse parâmetro é menos do que o das loterias, que costumam destinar 30% do arrecadado para os prêmios. Sem contar o abismo de diferença entre o prêmio do 1.o colocado e do 2.o, que recebe 50 mil reais e do 3.o que recebe 30 mil. Os carros que são distribuídos são da incumbência do patrocinador. E o confinado que sai sem premiação recebe um

cachê especulado em 500 reais por semana. Dá para perceber porque Soares (2004) chamou de big negócio.

3.4. Que fascínio pode haver em auto – confinar-se ou em exhibir-se?

Segundo Abigail Souza, em matéria veiculada no Jornal “O Estado de São Paulo”, de 02/03/2002, intitulada: “Psicólogos analisam reality shows”, temos os seguintes pontos analisados:

“O fenômeno mundial, de baixa qualidade, preocupa terapeutas e pedagogos”. Segue a matéria dizendo que o mundo teria caído de joelhos diante de reality shows, e que esse tipo de programa estava proliferando em todo mundo, ganhando novas edições e fazendo a alegria das emissoras. A matéria não só questionava o que leva um ser humano a querer se auto seqüestrar e ficar confinado num espaço restrito, por tanto tempo. Ou o que leva um ser humano a invadir a privacidade dos outros? A matéria fala que não podemos nos esquecer dos interesses econômicos de empresas de televisão que promovem reality shows, visando evidentemente o lucro e que é argumento de ocasião pensar nesses programas como jogos, segundo o psicólogo Herbert Thomas Luckmann. “Esse profissional propõe que se façam debates com jovens, para estímulo justamente de formar uma consciência crítica.”

Na mesma matéria ainda, é citado o psicanalista Jorge Forbes e sua opinião : *“que a globalização leva as pessoas à não saberem como agir, não tendo claro um padrão de comportamento, tendo perdido os limites, o que gerou uma crise de identidade”.*

A referida matéria ainda fala de uma pesquisa feita com jovens estudantes do Colégio Santa Maria, da cidade de S. Paulo, a respeito de programas tipo reality shows. A coordenadora pedagógica Tiyomi Misawa dessa escola afirma que 90% dos estudantes pesquisados assistiam programa Big Brother e que dois aspectos chamaram atenção para se trabalhar com os alunos:

- a) A competição desleal e a exclusão. Foi procurado falar sobre cooperação, responsabilidade e respeito ao outro.
- b) A questão da necessidade dos pais precisarem ter consciência de que a educação começa e vem de casa, sendo necessário conversar e discutir assuntos atuais. Os adolescentes procuram modelos para seguirem, sendo uma fase delicada. Só esse aspecto já justifica a necessidade de fomentar um olhar crítico, que vem da família e que é um filtro para olhar o mundo, explica a professora da faculdade de psicologia da USP, Maria Abigail de Souza.

Uma indagação que faço frente aos pensamentos do psicólogo Luckermann: será que estamos debatendo suficientemente com nossos jovens e mesmo com as crianças sobre os programas tipo reality shows? Nas nossas casas, em nossas famílias, nas escolas e universidades isso tem sido feito? Com que frequência isso tem sido feito, se é que tem sido feito. E os intelectuais do nosso país, o que têm feito nesse sentido?

Mas é um tanto intrigante o final da matéria. Termina dizendo que apesar da globalização, a França pode ser vista como modelo de resistência. Lá os intelectuais travaram verdadeira cruzada contra o voyeurismo na TV. O Conselho Superior do Audiovisual, universitários e jornais protestaram e sugeriram programas com a

participação de artistas e escritores. Em Londres, a BBC apostava nos políticos. E por fim volta a citar o psicanalista Jorge Forbes que disse:

“Acredito que algumas medidas precisam ser tomadas em relação à programação. Uma pessoa sem privacidade enlouquece. Sou a favor da estrutura francesa, de programas inteligentes”.

Pode-se observar pensamento semelhante, quanto à questão da importância da privacidade e preservação da saúde mental, em Yves de la Taille . (Taille, Y: 2002).

Apesar dos comentários de Jorge Forbes a estrutura francesa não foi suficientemente forte para impedir um reality show que selecionava atores pornográficos, como já foi referido anteriormente, quando foi feito um retrospecto sobre a história dos reality shows e do Big Brother.

Também países como os do Oriente Médio e de cultura islâmica não aderiram a esses tipos de programa. Neles não vingou essa proposta. E aí vem minha indagação, tanto em relação à França, apesar de em Cannes surgir o polêmico reality show que seleciona atores pornôs, quanto aos países de cultura islâmica e mesmo em relação a nosso país. Que aspectos estão implicados para que esses programas não vingam nesses países e no nosso país não só façam esse sucesso, como provoquem essa condição tão passiva da nossa população, ou de uma aparente reação de desprezo, ou também de passividade dos nossos intelectuais. Quando me refiro a uma reação de aparente desprezo ou de passividade dos nossos intelectuais, refiro-me a minha experiência pessoal. Muitas vezes ao falar a pessoas ligadas à esfera da intelectualidade sobre minha dissertação de mestrado e sobre meu tema, recebi reações de hostilidade ao tema. Ao mesmo tempo em que em junho de 2004 participei como assistente de um encontro de Psicanálise, cujo tema era: “Psicanálise e

Comunidade” e fui muito bem recebida pelos participantes ao falar do meu tema. Ouvi professoras da rede pública e de escolas particulares, que participaram do evento, bastante entusiasmadas e que diziam debater com seus alunos sobre os reality shows. Penso ser relevante pesquisar se é debatido em sala de aula a TV e seus conteúdos, mais especificamente os reality shows do tipo Big Brother Brasil, porque justamente nas escolas temos telespectadores, tanto alunos, quanto professores. “Sem contar que os pais dos alunos são também telespectadores e professoras podem imaginar formas simples e talvez originais de fruir e pensar a TV com suas turmas de alunos”.

Pensando ainda sobre o que leva pessoas a se auto – confinarem, do ponto de vista psicanalítico, creio ser importante observar que nosso inconsciente e seus inumeráveis conteúdos e possibilidades, possamos encontrar elementos que nos ajudem a esclarecer essa questão. É muito mais fácil aceitar nosso inconsciente quando levamos em consideração nossas representações mais nobres, mais criativas e de bons sentimentos. Mas quando temos que nos defrontar com nossas representações mais maldosas, mais perversas fica muito mais difícil suportar e aceitar. Quando está em jogo milhares de reais e no momento atual um milhão de reais, podemos encontrar pessoas que de tudo são capazes.

Tanto assim, que é intrigante que países como a França tivessem resistido por tanto tempo a programas com esse formato e de repente nos deparamos com notícias de Cannes, de estarem realizando um programa que seleciona atores pornográficos. É no mínimo contraditório. Tudo isso ocorre num mundo onde as sociedades estimuladas pela globalização e os padrões neoliberais do poder econômico e o capital praticam uma ética que Maria Rita Kehl (Bucci, E. & Kehl, M. R.: 2004) chamou de bizarra, na qual o valor máximo tem como meta a visibilidade. Ela cita como já o fizemos, Guy Debord, filósofo francês cujas idéias observamos no capítulo primeiro (Debord, G.: 1997), ao falar da

sociedade do espetáculo, que nos remete a considerar que a sociedade advinda de 1960 deixa de valorizar de modo mais incisivo a religião, a política e a repressão imposta pelas diferentes pedagogias. A sociedade desse e do nosso tempo passa a considerar o espetáculo, acima de qualquer coisa. Ele ainda assinala que estratégias de poder e dominação presentes em qualquer sociedade se deslocam e se apagam no espetáculo. E ao mesmo tempo em que valoriza o espetáculo, há por detrás dele a ignorância do que de fato está acontecendo, mantendo assim um segredo.(Bucci, E. & Kehl, M. R.: 2004).

Essa característica pode nos fazer compreender, como num instante fama passa a ser mais importante que cidadania; que show e publicidade sejam mais relevantes na política, do que de fato procurar atender o bem comum, que é a verdadeira meta da política; que os assuntos verdadeiramente importantes de serem noticiados na TV cedem lugar a um excesso de veiculação dos detalhes mais insignificantes da vida privada. E assim por diante. Evidentemente esse tipo de padrão social determinará conseqüências importantes nos nossos destinos, inclusive políticos. Porque se um candidato consegue êxito na eleição para um cargo político, nem sempre ele era de fato o melhor. Pode ter ganhado a eleição por ter conseguido veicular o melhor espetáculo. Isso quer dizer que vendeu suas propostas de maneira mais espetacular, o que nem sempre significa caráter e bom desempenho como homem público..Precisamos estar atentos aos tipos de espetáculos que são transmitidos ao público, o que reafirma a importância de que o público possa e precise ser educado sobre TV e seus conteúdos.

Nesse tipo de modelo de sociedade é então possível compreender que pessoas possam se confinar em “luxuosos cativeiros”, como o oferecido pela Rede Globo de Televisão em Big Brother Brasil, buscando fama, dinheiro, exposição e a promessa de uma

carreira artística obtida pelo modo mais “fácil” possível. O brilho rápido e fugaz da fama também acaba colaborando para tentar ocultar todas as intenções que possam estar por trás de tudo. Os que se entregam a assistir essa programação ficam encantados e assim se esquecem dos ideais, ou eles ficam fora do alcance.

Os participantes selecionados em geral não possuem alguma competência ou talento para algo, o que pode ajudar a alimentar a ilusão dos espectadores, de que não é necessário ter talento ou que para ter uma carreira seja lá no que for, não é necessário esforços. Fazendo uma paródia bastante propícia, os humoristas do programa “Casseta e Planeta” apresentaram na edição de 02/11/2004 possíveis candidatos a novos participantes do Big Brother 5, que eles chamaram de “Big Broxa 5”. Um desses candidatos lembrava o jogador Romário satirizado pelo humorista, dizendo que ele ficaria muito bem confinado, deitado numa espreguiçadeira tomando sol e que ficaria livre dos treinos de futebol. Já é folclórica a falta de disciplina de Romário e sua pouca disposição para treinos. Outro humorista fazia uma paródia do político Paulo Maluf, vestido de terno com uma saia havaiana dizendo que seria ótimo participar do programa. Tudo isso pode ter sido inspirado nos vídeos de candidatos ao programa, que foram exibidos pelo canal a cabo Multishow, em novembro de 2003. Neles observamos algumas das 6000 pessoas que em dois minutos apresentam alguma performance, justificando o porquê deve ser selecionado ao programa. Muito triste o espetáculo exibido. Todos sonhando em serem famosos. Nem isso é possível experimentar como algo genuíno, peculiar e que nos pertença de fato. Até nossos sonhos estão direcionados. E neste caso direcionados para a fama, onde o que conta é ser a atração.

Os reality shows como já vimos ameaçam o IBOPE da ficção na TV. Sua produção é infinitamente mais barata, o que passa a ser muito atraente para as redes de TV, onde para

nosso espanto até a Rede Globo precisou de empréstimos do BNDS – Banco Nacional de Desenvolvimento Social, porque estivesse em apuros financeiros. E tal quais as outras redes que usaram do expediente de produzir reality shows, usou do mesmo recurso. Mas nem mesmo os reality shows escapam da ficção. Se levarmos em conta o acompanhamento de 24 horas desses programas, teríamos programas muito chatos, marcados por intermináveis momentos de silêncio (quando todos na casa dormem) intercalados de alguns momentos mais ativos, com conversas longas dos componentes, algumas na maior parte das vezes dotadas de pouco sentido, próprio dessa cultura do vazio. É quando os produtores lançam mão das edições dos programas criando uma espécie de “novela”. Poderemos então verificar tramas desse tipo, quando algum componente se interessa ou tem atração sexual por outro da casa. Ou quando os componentes estão tramando contra ou a favor de que este saia ou permaneça na casa. Apesar de que o interesse por sexo tem sido menor na última edição apresentada. Mesmo o apresentador do programa Pedro Bial incentivando os moradores da casa, isto tem sido menos presente. Porque como comenta Maria Rita Kehl (Bucci, E. & Kehl, M.R.: 2004).

“Nada mais eficiente para reprimir o erotismo do que transforma-lo em dever”.

O que de fato excita no programa são os paredões, ou seja, a eliminação dos candidatos a permanecer ou deixar a casa dos confinados. Nesses momentos é excitante ao público verificar que tramas, que estratégias as pessoas usam para isso. Não importa o quanto dissimulam, finjam, chorem ou sofram. O dinheiro passa a ser melhor que qualquer outra coisa. O que conta nesses programas são a encenação e as tramas que montam. O que é espionado é justamente isso. E diferente do voyerista cujo prazer está na observação e no

espiar. Mas quem está sendo espionado está sabendo que está sendo observado, diferente das condições voyeristas de fato.

O que nos leva a pensar que tal qual no jogo de esconde - esconde da nossa infância há um prazer de se esconder e do achar, do correr e ser pego. É essa a cena infantil que é reeditada e atualizada no Big Brother Brasil, só que transformada em espetáculo e atração. É esse o jogo do “topa tudo por dinheiro”.

Maria Rita Kehl nos escreve algo de significativo ao se referir ao reality show “No limite” e que pode servir de ilustração (Bucci, E. & Kehl, M. R.: 2004):

“Ao final de cada edição do programa parecia provar, como um teorema, que não se deve esperar grandeza e generosidade de ninguém, e que só os ingênuos ainda acreditam que em condições melhores o homem também possa se tornar melhor”. “Com uma “natureza humana” dessas, não se deve esperar nada melhor do que o estágio selvagem do capitalismo neoliberal.”.

Reforça também a convicção de uma boa parcela da elite brasileira, que justifica suas práticas ilícitas alegando que todo homem tem seu preço – e que não há ética que resista à tentação de uma boa bolada de dinheiro. Os participantes de “No limite”, sem quebrar nenhuma regra do jogo, trabalharam para referendar este preconceito que protege os corruptos.

E ela ainda indaga:

“Mais uma vez, a pergunta se impõe: o ser humano é assim mesmo? A baixaza é, inevitavelmente, o espelho de nossa verdade mais profunda?”

A resposta pode ser sim. E não. O inconsciente é sim, um imenso depósito de representações mesquinhas, maldades, perversões e fantasias criminosas recalçadas. Se recalçarmos, boa coisa não é.

O sucesso dos piores programas de televisão está no fato de encenarem, em público, algo parecido com a realização de nossos desejos inconfessáveis. A educação, o decoro, o chamado “bom gosto”, o fino verniz de civilização que recobre nossa selvageria, nossa curiosidade escatológica, é que nos impedem de espionar pela fechadura do quarto alheio, ouvir as brigas e o sexo dos vizinhos por detrás da porta; é o que nos leva a desviar polidamente o olhar do bêbado exibicionista ou do corpo atropelado no meio da rua. Em nome do decoro e do bom gosto – e da identificação com o suposto comportamento das elites – tentamos nos manter distantes da intimidade alheia e criticamos a curiosidade mórbida dos outros. Mas a pornografia, a escatologia e a morbidez, restos dos grandes interesses infantis, são a versão rebaixada dos grandes temas da filosofia: os mistérios do desejo e da origem da vida, a materialidade do corpo, a finitude, a morte.

E a mesma autora cogita ainda nesses escritos algo de bastante importante para que pensemos que tipo de brecha ocorre no nosso espaço social, que favoreçam a vinda de programas como esses tanto na veiculação, quanto no sucesso. Ela considera

“... na história de uma cultura, em que a grande maioria aposta sinceramente na possibilidade de fazer uma vida melhor, e uma minoria esperançosa chega a se empenhar, de fato, em projetos emancipatórios – na arte, na política, na educação e em outras formas de ocupação de espaço público. Quando estes projetos fracassam ou são traídos, está aberto o caminho da descrença. Se a dimensão pública da existência, que justifica a renúncia ao gozo se amesquinha ficamos condenados a nos interessar pelas nossas próprias fantasias. Prisioneiros do espelho.”

Esta observação para mim é a mais consistente e que ajuda a pensar nos motivos que facilitam que programas como esses sejam veiculados e provoquem interesse no público. É justamente do descrédito na possibilidade de suas conquistas e sonhos, que nascem programas como esses. O povo fica decepcionado quando confronta ter elegido aqueles que prometiam vestir os descamisados (e que não cumpriram). Aqueles que tentaram por tantas vezes chegar ao poder dizendo que acabariam com a fome no nosso país (mas em nossas portas os famintos continuam batendo todos os dias). Continuamos assistindo serem eleitos políticos que prometeram combater incessantemente o consumo e tráfico de drogas no nosso país (e de repente você vê o Exército nas ruas, tal o caos em que chega a segurança nas ruas). Há os que prometeram que a educação tomaria novos rumos no país, mas continuamos vendo crianças nos semáforos fazendo malabarismos, violentando-nos e sendo violentadas. Por tudo isso é que nosso povo, tão desiludido quanto Orwell, acaba sendo presa fácil destas ofertas de programas. Fico propício que o sujeito se entregue às suas fantasias e se aprisione. O público identificado acaba assistindo, tal qual o nosso brasileiro que compra o bilhete de loterias ou a Telesena, mesmo sabendo que as chances são ridículas matematicamente falando, de ser premiado. Além do quê muitos brasileiros investem pesadamente nos seus estudos ou em outras formas de investimentos (comércio, indústria, agricultura, etc.), pagam impostos pesados. Aliás como nos relembra todos os dias a Rádio Jovem Pan AM de São Paulo: “Este é o país dos impostos”. Mas a contrapartida que é a devolução em bens para o povo não se verifica na mesma medida. Um povo que luta, trabalha, investe e que agora também está cada vez mais com a garantia de uma velhice sombria. Porque não há essa preocupação no nosso país com isso. A expectativa de duração da vida mudou, mas a preocupação com qualidade de vida não sofreu a mesma expansão proporcional. Por tudo isso é que brasileiros podem preferir se

entregar às fantasias prontas que esses programas produzem. Porque neste caso nem as fantasias serão originais. Há outros pontos que poderiam ser cogitados sobre o que leva pessoas a um autoconfinamento, mas prefiro deixar para juntá-los nas discussões.

3.4.1.O que é possível espionarmos nesses programas?

Como vimos o Big Brother Brasil ultrapassa em audiência a teledramaturgia e passou à frente da “novela das oito”, que em geral é exibida às 21 horas. Muitas vezes o ritmo da novela, sua fotografia ou a trama nem sempre são tão atraentes. Apesar de que a novela “Celebridade” procurava fazer uma crítica a esse anseio de muitas pessoas, quando almejam ser uma celebridade instantânea, sem que isso signifique o desenvolvimento de um talento e os meios nem sempre sendo os mais lícitos.

Mas algo que nos esclarece a audiência, não é só esse anseio de muitos, mas o fato de se tratar de produção muito mais barata, do que uma produção da teledramaturgia como “Terra Nostra”, que procurou retratar a imigração no Brasil, enfatizando a cultura principalmente italiana.

O que acabamos observando é que podemos espionar via TV a cabo (Sistema Payperview), 24 horas tudo o que se passa na casa dos confinados. Mas na edição dos programas, para que não se torne enfadonho os longos períodos de silêncio ou do “nada” acontecendo, a produção opta muitas vezes por, dramatizar os fatos gravados, e chega a dar nomes fictícios aos confinados, associando – os a personagens de uma novela orquestrada. E o interesse por sexo vem caindo nos programas. Como já citamos, quando sexo se torna obrigação, torna-se enfadonho e desinteressante.

O que acaba sendo interessante de ser visto são as “festas orquestradas”, as brigas, a verificação do que o ser humano é capaz pela competitividade, as conspirações, traições, estratégias : este é o tema do BBB. Isto nos faz pensar novamente em Freud, quando focaliza a questão do sadismo em suas obras (Freud, S.: 1924) e como vamos além do princípio do prazer (Freud, S.: 1920). O que acabamos observando é que nestes programas o dinheiro é muito mais excitante que sexo, sendo ele o espetáculo.

O que agora se torna o espetáculo é a observação de pessoas confinadas, procurando iludir o público de que observar suas vidas, muitas vezes mesquinhas e empobrecidas é melhor que a teledramaturgia. Se na teledramaturgia o final em geral é feliz e os injustiçados ficticiamente são contemplados. Agora os personagens da vida real são os atores e que ganhando um prêmio, além da exposição, que para eles, em si, já é um prêmio é a forma do capital de mercado ofertar-lhes alguma esperança de sobrevivência na selva do nosso mundo do espetáculo.

A espionagem nesses programas é diferente daquela da criança pequena, que quer observar o que é a cena primária (os pais copulando). Isso já não interessa no nosso público do BBB. No nosso caso o público tem um tipo de voyerismo falso, porque os observados sabem que estão sendo observados. Apesar de que conseguem transmitir uma sensação de se “esquecem” que estão sendo observados, para poderem participar do programa, suportando a situação. Então o que é mais perverso? O público que espiona ou os participantes, que numa atitude exibicionista estão sendo observados? Parece que os espionados são mais perversos, principalmente em sua encenação e nas suas tramas.

A questão de se querer prevalecer e suplantar pela imagem escraviza os sujeitos à concorrência, e isso ocorre em todos os recantos da vida privada.

É marcante que o BBB mobiliza no público: uma condição de sedução da observação das aflições dos concorrentes, o campo de batalha cujas armas são 100% psicológicas (vide as armações tantas dos concorrentes), e a premiação do mais eficiente nesses aspectos.

Maria Rita Kehl (Bucci, E. & Kehl, M. R.: 2004) ainda enfatiza alguns componentes secretos de sucesso do programa:

“A destruição da dimensão pública da vida humana, a privatização do sentido da vida e a consagração do homem subjetivo em lugar do homem político, como novo paradigma do melhor que nossa sociedade reproduziu, são os componentes secretos do sucesso desse tipo de programa. Que o prêmio seja concedido com base em critérios afetivos, puramente imaginários, revela o tamanho da opressão a que estamos todos submetidos: se o espaço público é invadido pelas representações da vida privada, quem não quiser ser expulso do jogo tem que comprometer não uma parcela de seu tempo de vida(como o operário das páginas d’O Capital), mas sim todo o seu “ser” nessa alienação, em que a tirania do sentimentalismo coletivo é que edita as normas para a “seleção de pessoal”

3.5.Intimidades: elas devem ser preservadas?

Penso ser interessante nesse ponto observarmos algo sobre a questão da intimidade, que direitos temos a ela e que importância pode ter para nós.

Uma autora importante e bastante citada na área da Educação é Hanna Arendt (Arendt, H. in apud, Taille, Y. de la: 2002). E ela assinala que numa sociedade onde o público se torna privado e vice – versa está tornando as coisas mais difíceis para suas crianças. Quando ela afirma isso está se referindo ao fato de que crianças precisam de um abrigo seguro para crescerem sem serem perturbadas. Um bom exemplo disso é a menina Sasha, filha da apresentadora Xuxa, que teve sua vida devassada desde o anúncio da

gravidez, em rede nacional, no “Programa do Faustão”, estando a mãe de mãos dadas com o pai, aos risos, caras e bocas. Tempos depois o parto foi transmitido ao vivo e em cores, na tela da TV, no “Jornal Nacional”. Se de um lado Sasha hoje em dia diz que quer ser Xuxa, podemos surpreendentemente saber que ela declarou à mãe ao ser convidada para dama de honra do casamento de Angélica:

--Vai ter fotografos? A mãe afirma que sim. E ela:

-- Então não vou. Mas por fim a menina participou da cerimônia, acompanhada de sua melhor amiga, das babás e sem os pais.

Podemos supor como não deve ser fácil a ela viver uma infância comum.

Quando em outros capítulos afirmamos o quanto privacidade é relevante ao desenvolvimento, ao fortalecimento do sujeito e ao quanto pode ser enlouquecido não possuí-la, estávamos antevendo essa importância.

Conforme Taille (2000) o jurista Costa Jr. assinala que é um direito constitucional, a privacidade. A constituição brasileira diz no Capítulo 1, art. 5 : “são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas”. E o próprio autor questiona as câmeras que nos vigiam, com a frase : “Sorria, você está sendo filmado”. Diz que a tecnologia é fator que foi dando diminuições do limite da intimidade. Quando empregada com bons motivos, sem problemas. Por exemplo: quando os advogados de Fernandinho Beira – Mar são flagrados pela Polícia Federal, promovendo um suborno no valor de R\$ 100.000,00 para tentar libertá-lo, câmeras podem ser bem empregadas. Mas não podemos dizer o mesmo quando uma empresa exija de seus candidatos a emprego teste para

identificar o HIV, por meio de exames de sangue. São notáveis os escritos de Foucault sobre o controle social.

Foucault escreveu sobre a história das prisões, a análise dos sistemas carcerários, sua arquitetura, seus modos de funcionar (Foucault, M.: 1977). Ele também enfatiza quanto somos confessantes, assinalando como temos prazer de nos revelarmos e de sermos descobertos. De tal sorte que quanto mais previsível e presumível for o comportamento de uma sociedade, maiores as chances de controle sobre ela.

Podemos pensar na validade do confessar-se, quando isto significar relações humanas de troca e de expansão, como também quando estamos estimulando um conhecimento da pessoa por ela mesma. Mas é preciso cuidado. Porque pode significar uma condição de hipertrofia do eu, de individualismo, sem contar o fascínio pela vida alheia.

Esses aspectos são bastante importantes, mas podem criar a idéia da ditadura da comunicação, de tal modo que aquele aluno mais tímido vai ser por demais cobrado, de ultrapassar limites que são da sua personalidade. Ou o da falta de aceitação daqueles que querem usufruir do “ficar sozinho”, que é um direito das pessoas. Por exemplo : um adolescente que queira ficar sozinho num fim de semana, nem sempre será compreendido. É interessante observar que isso pode ser lícito. É necessário portanto haver um meio termo dessas tendências e da nossa compreensão, frente a elas.

O professor Yves de La Taille preocupou - se bastante com questões de como se forma uma consciência crítica no sujeito. Dedicou -se em um livro a investigar questões ligadas a “limites” como fronteiras de construção da intimidade e privacidade enfatizando o quanto esses aspectos participam do desenvolvimento do sujeito e da sua educação (Taille,Y.: 2002, pg.115-143).

Se a Psicanálise (Freud, S.: 1912) estimulava as pessoas a falarem tudo que lhes viesse à mente, sem censura ou julgamento; devemos salientar ser necessário às pessoas terem áreas de segredo e de intimidade. Assim como também sempre restará uma intimidade e segredo da pessoa, que permanecerá com ela, sem ser nunca revelado.

De tal modo que conforme Taylle (2000) a privacidade parece corresponder a uma necessidade humana, cujas formas variam de época para época, de cultura, para cultura, mas sempre identificável. Autores como Piera Aulagnier (Aulagnier, P.: 1976) consideram que a privacidade é essencial para que o sujeito tenha posse de áreas secretas, que oferecem condição essencial para a capacidade de pensar, que é condição indispensável para viver, também assinalado em Bion (Bion, W.R.:1961).

Nada pior do que ser observado e vigiado, sem permissão. Como nos diz Hanna Arendt: “é necessário um abrigo seguro para crescer”. Ela quis dizer com isso: um abrigo seguro para pensar (Arendt, H. in apud Taille, Y:2000). E nesse sentido também é libertador podermos pensar, que justamente nossos pensamentos, são nossos patrimônios, nossa preciosidade. Só é acessível quando permitimos, além de ser algo que nunca será aprisionado, por mais que modelos e sistemas tentem fazer isso conosco.

3.6 O contraponto de a vigilância ser algo favorável

Até aqui me preocupei em assinalar o quanto é desconfortável ao sujeito e ao meio social a questão de sermos vigiados. Mas em nome de uma proteção ao sujeito ao social o sistema de câmeras de vídeo e observação pode ser muito útil. Temos como exemplos os inúmeros casos de infrações cometidos pelas pessoas que justificam e validam esses

sistemas. Nesses casos podemos observar a possibilidade de elucidação de furtos, crimes e até mesmo o incentivo ao cumprimento das regras, pela intimidação do indivíduo ser observado.

Bons exemplos disso temos nas auto-estradas onde uma velocidade maior de tráfego seja permitida. Ex.: No Estado de S. Paulo (Rod. Castelo Branco, Bandeirantes, Imigrantes) nas quais a velocidade máxima permitida é de 120 km por hora. Nesses casos os radares fotográficos intimidam o excesso de velocidade e as câmeras monitorando o tráfego auxiliam nos congestionamentos e na prevenção de acidentes. Porque elas podem captar imagens do comportamento dos motoristas nas auto estradas, nas vias marginais de rios e nas ruas.

Também temos bons exemplos disso nos presídios de segurança máxima como o de Presidente Bernardes, onde mesmo com todo sistema de segurança a telefonia celular conseguiu facilitar negociações do traficante Fernandinho Beira – Mar, seus advogados e outros traficantes. E justamente por rastreamento dos celulares é que os advogados foram pegos em flagrante, tentando subornar pessoas para que fosse facilitada a fuga de Fernandinho Beira Mar. Mas à frente nas conclusões quero refletir mais sobre isso.

É favorável termos câmeras de monitoramento nos bancos, estabelecimentos comerciais (como grandes redes de supermercados), metrô, quando através desses sistemas podemos capturar ladrões ou criminosos como os seqüestradores que assassinaram recentemente o Prefeito da Cidade de Ibiúna. O sistema de segurança tinha tudo gravado e registrado, facilitando aos policiais a prisão dos assassinos.

Só o lamentável é pensar que para cumprirmos regras importantes para manutenção das nossas vidas tenhamos que sentir na concretude de câmeras ou radares fotográficos, o prego das nossas responsabilidades.

4. O Big Brother Brasil como assunto em sala de aula.

Frente ao que a TV aberta ou mesmo a cabo nos oferece, e mais especificamente pensando nos reality shows indaguei: estariam os professores discutindo em sala de aula o assunto televisão e mais especificamente programas como o Big Brother Brasil ? O que os professores pensam sobre discutir programas de TV na escola?

Esta pesquisa teve como objetivo: investigar a opinião de professores sobre os assuntos que aparecem na TV e se são discutidos em sala de aula. Mais especificamente escolheu-se o tema dos programas de reality shows, optando pelo Big Brother Brasil apresentado pela Rede Globo de Televisão, dada à audiência altamente significativa amplamente verificada em capítulos anteriores. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa, tendo como referência os autores Robert Bogdan e Sari Biklen (Biklen e Bogdan: 1999) . Apliquei alguns recursos de investigação tais como a etnometodologia e entrevistas com um roteiro semi estruturado, que possibilitou abertura para perguntas improvisadas, caso o momento exigisse.

A etnometodologia é uma abordagem relativamente nova à investigação qualitativa, cujas bases podem ser atribuídas aos filósofos fenomenológicos, como Harold Garfinkel e seus colegas (Garfinkel, apud Biklen e Bogdan. 1999, p.60-61) que utilizaram esta metodologia e cunharam o termo, em meados da década de cinquenta. É importante salientar que esta prática procura levar em conta um desafio: obter a verdade através da observação e da interpretação, de maneira diferente dos métodos positivistas e quantitativos. Procura localizar o eu num contexto histórico - social específico; enfatizando o uso da interpretação e da escrita (textos, manuscritos, artigos e livros) como

características centrais da investigação e objeto de estudo. Portanto é um método que recorre da Hermenêutica (usa da interpretação), tendo assim uma aproximação com o método psicanalítico (Herrman, 1983) que usa da interpretação também, podendo ser utilizado em contextos diversos, dependendo das necessidades a que um analista for solicitado (ex.: em pacientes diversos e estudos de casos, tanto individualmente, quanto de forma grupal; em famílias nos atendimentos familiares; em instituições nas supervisões institucionais; interpretando um filme, uma peça de teatro, uma obra de arte, um fato histórico ou social, e assim por diante).

Segundo Robert Bogdan e Sari Biklen, a investigação qualitativa possui algumas características:

- Na investigação qualitativa a fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal. Os investigadores introduzem-se e dispõem grandes quantidades de tempo em escolas, famílias, bairros e outros locais tentando elucidar questões educativas.
- A investigação qualitativa é descritiva. Os dados recolhidos são em forma de palavras ou imagens e não de números.
- Os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelo resultado ou produtos.
- Os investigadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva. Não recolhem dados ou provas com o objetivo de confirmar ou infirmar hipóteses construídas previamente; ao invés disso, as abstrações são construídas à medida que os dados particulares, que foram recolhidos se vão agrupando.

O significado é de importância vital na abordagem qualitativa. Os investigadores que fazem uso deste tipo de abordagem estão interessados no modo como diferentes pessoas dão sentidos às suas vidas.

4.1 Procedimento

Foram entrevistados 32 professores do ensino fundamental e médio, da rede pública de ensino de Sorocaba, com idades entre de 21 a 60 anos, a maioria deles casados e com filhos (26 deles), cinco eram solteiros e apenas uma professora era divorciada. A maioria tinha nível superior completo e somente duas professoras ainda cursavam a faculdade. Não encontrei professores que cursassem mestrado nem doutorado. Duas professoras já tinham cursado mais de uma faculdade (uma delas cursava a segunda faculdade e a outra professora tinha três cursos universitários completos). Seus tempos de docência iam desde 2 anos até aposentados por tempo de serviço, re - contratados por necessidade pessoal de complemento de renda.

O campo de observação foi a sala de reuniões dos professores. Isso facilitou encontrar o maior número possível de pessoas para pesquisa nas escolas escolhidas.

A observação e entrevistas (individuais e em pequenos grupos) ocorreram em horários de intervalos de aulas ou em reunião dos professores, numa atividade que é denominada de H.T.P.C. (Horário de Trabalho Pedagógico Coletivo), que é uma atividade obrigatória nas escolas, segundo a Lei 836/97 da Secretaria da Educação do Governo do Estado de São Paulo.

Utilizou-se um roteiro semi estruturado, com dados de identificação dos entrevistados (idade, sexo, nível de escolaridade, estado civil, tempo de docência) e perguntas focando o objetivo da pesquisa :

1. Se o professor (a) assistia aos reality shows e principalmente se assistia o programa Big Brother Brasil;
2. Se tivesse a chance de ser convidado a participar do Big Brother Brasil, a convite do diretor do programa, isento de seleção prévia, o professor (a) iria? Por quê?
3. O Sr.(a) discute televisão com seus alunos (as) ?
4. O Sr. (a) discute o programa Big Brother Brasil e seu conteúdo com seus alunos?
5. O que pensa sobre o programa enquanto educador?

As entrevistas não foram gravadas e a observadora não tomava apontamentos durante as mesmas. Todos foram informados do caráter voluntário da participação e deram consentimento. O roteiro para a entrevista seguiu o ritmo e interesse dos entrevistados, com o uso de algo que é pertinente à técnica psicanalítica, que é a atenção flutuante, que procura convidar o analista a ouvir sem privilegiar esse ou aquele tema (Freud, 1912). A vantagem dessa postura é evitar seleções previamente determinada pela pesquisadora. Esse tipo de abordagem permite descobrir muito além do que já se sabe. O ato de escrever e tomar anotações nos leva a selecionar o que ouvimos e pode falsificar percepções. Em psicanálise quando precisamos fazer apontamentos é recomendado que isso se dê depois dos encontros analíticos, em geral no fim do dia. No caso de minhas entrevistas minhas notas de campo ocorriam depois das entrevistas.

Em caráter de pesquisa piloto, para testar o roteiro e verificar o tempo de entrevista, procurei algumas pessoas na UNISO (Universidade de Sorocaba), que cursavam Pedagogia e fiz uma entrevista individual com uma delas, que me permitiu a intermediação para visitar a primeira escola. Gostaria de descrever essa experiência pela condição surpreendente que vivi. É a entrevista da professora que chamarei de Graça.

Trata-se de uma professora de geografia, que está no momento estudando Pedagogia. Graça tinha 43 anos, trabalhava na rede pública e foi bastante generosa respondendo ao roteiro semi estruturado, além de me oferecer o telefone de sua coordenadora de escola e a abertura de campo para pesquisar. Ela me informou que não estaria na escola, quando eu comparecesse para o horário de observação, mas queria muito colaborar comigo, por tratar-se do assunto Big Brother Brasil. Depois vim a entender a razão disso. Constatei que Graça era divorciada, com dois filhos adolescentes (de 13 e 15 anos respectivamente). Conversava sobre tudo com seus alunos, dentro do seu possível e o assunto TV era tema de sala de aula espontaneamente ou não. Para ela não havia assunto proibido em sala de aula, sendo que o tema sexo e orientação sexual era parte desse repertório aberto. Relatou que era alvo das mais variadas perguntas, por parte dos seus alunos e da sua preocupação em procurar lhes transmitir conhecimentos sobre anticoncepção. Quando perguntei se ela aceitaria participar do Big Brother Brasil caso fosse convidada pelo diretor do programa, ela me disse que não só aceitaria, como havia enviado uma fita de vídeo de inscrição ao programa. Mas lamentavelmente não havia sido selecionada. Graça me revelou apenas que nessa fita dizia que era professora, não descreveu em que trajes ou postura isso teria sido feito. E que teria muito a colaborar ou oferecer ao programa. Que era uma pessoa de boa vontade, prestativa, tendo a intenção de

ser harmoniosa com o possível grupo a participar. Ela afirmou que tudo faria para permanecer na casa, exceto sexo. E que se fosse informada de que algum familiar seu estivesse severamente doente, abandonaria imediatamente o programa, sendo esse e somente esse o fator que seria motivo para o abandono do mesmo.

Quanto ao que pensa do programa tanto como pessoa ou educadora, disse não trazer cultura, porque engana o público com uma imagem. Disse ainda que as pessoas que lá estão são de fato. Mas que assiste a ele porque os alunos assistem. Também se sente atraída a assistir nas épocas dos paredões de eliminação, porque ocorre um verdadeiro “frisson” em sala de aula, pela curiosidade e expectativa que esse estímulo gera na população. Geralmente assiste também aos inícios das séries dos programas, porque se interessa por saber do perfil dos participantes. E quando perguntei o que teria motivado sua inscrição e interesse pelo programa, ela respondeu:

- GRANA, Cecilia !!! GRAAAAANA!!! Ainda mais agora que o prêmio dobrou e é hum milhão de reais!!

Esse trailer do que eu poderia encontrar no campo de observação me surpreendeu. Não imaginava encontrar uma professora que tivesse feito inscrição ao programa Big Brother Brasil na minha primeira abordagem experimental de pesquisa. Isso estimulou minha ida às escolas que narrarei a seguir.

4.2 Relatos das Entrevistas

Escola 1

Nesta escola fui convidada a ficar numa sala de aula para proceder à entrevista, que ocorreu em grupo e de um modo formal. Foi cedido o horário de H.T.P.C.(Horário de Trabalho Pedagógico Coletivo). A coordenadora da escola, que seria responsável por presidir a reunião, não estaria presente, deixando-me à vontade para a pesquisa. O grupo entrevistado compunha –se de dezoito professores, dos quais dezesseis mulheres e dois homens. Os dois professores eram casados, com nível de escolaridade superior completo, ambos da área das Ciências Exatas (Matemática e Física respectivamente). Foi marcante que ambos afirmaram que discutir televisão não faz parte da sala de aula, muito menos o Big Brother Brasil. Além do que o que lecionam já é tão difícil de realizar, que discutir TV seria algo de muito convidativo a um desvio do tema, da concentração e da atenção. Mantiveram – se no fundo da sala de aula , em cadeiras distantes das professoras. Disseram ainda que jamais participariam de um programa desses ou de qualquer outro da TV.

Dentre as professoras uma tinha 21 anos de idade e apenas ela ainda não terminara seu curso universitário (Letras), seis tinham entre 30 e 39, sete estavam na faixa de 40 a 49, uma de 53, e uma de 60 anos, que já aposentada ainda leciona para ajudar nas despesas de instrução, formação universitária e profissional dos filhos. Catorze eram casadas, uma solteira e uma divorciada.

Todas elas disseram discutir TV em sala de aula, exceto duas que demonstraram não se interessar, assistir ou conversar sobre o Big Brother Brasil com alunos.

Caso fossem convidadas, sete delas disseram que participariam do Big Brother Brasil, fazendo de tudo para permanecer na casa, não mencionando algo sobre fazer sexo no decorrer do programa. Todas que disseram que gostariam de participar, afirmaram que o dinheiro é algo muito bom. Seria o mote desse desejo.

Das professoras que disseram que não participaria do programa, uma delas justificou-se afirmando ser muito ruim o nível e conteúdo do mesmo. Considerou-o útil apenas para servir como tema de conversa com os alunos, no sentido de mostrar - lhes valores, princípios éticos, assim como questões referentes ao significado da vida e suas ofertas.

Escola 2

Minha experiência seguinte foi numa outra escola pública também da rede estadual de educação.

Estava acontecendo a comemoração do dia dos professores na escola. A coordenadora me recebeu amavelmente e me disse que aproveitasse o fato de que alguns professores ainda não haviam ido embora e que eu poderia entrevistá-los imediatamente, caso concordassem, na sala dos professores. Foi o que fiz. Estando na sala dos professores pude entrevistar 3(três) deles, sendo um homem e duas mulheres.

O professor me esclareceu lecionar Educação Física. Foi bastante receptivo. Disse estar com 53 anos, ter nível universitário completo, ser casado e pai de 3 filhos, estando um tanto apressado, porque precisava buscar dois deles na escola e o relógio já apontava 11 horas e 45 minutos.

Ficou um tanto surpreso quando me identifiquei como psiquiatra e psicanalista e do fato da minha pesquisa estar voltada para o assunto TV e sala de aula. Disse que dentro do possível conversava com os alunos de tudo um pouco, e que esse assunto às vezes era tema das conversas, mas nunca se lembra de ter conversado sobre Big Brother Brasil. Não assiste ao programa e não vê valor no mesmo. Acha que há muita banalização de tudo no programa, não se interessando por ele. Disse que se acha relativamente preparado para discutir TV com seus alunos, dentro do possível. E que não deixa de orientá-los, quanto ao uso de drogas e a prática de sexo responsável. Também afirmou que jamais participaria de um reality show.

Já as duas professoras com quem conversei, responderam ao que lhes foi perguntado. Uma delas tinha 25 anos, nível universitário completo, lecionando Letras. Disse estar noiva. Revelou que seu namorado é pertencente a uma facção da religião evangélica, que proíbe nas suas regras que seus adeptos assistam TV. E que ela pouco vê TV, porque tem muita convivência com ele, diariamente, na sua casa. Não assiste Big Brother Brasil, e nem tampouco fala sobre TV com seus alunos. Não aceitaria de maneira nenhuma ir a esse programa, mesmo com todas as facilidades possíveis. Seria totalmente contra seus princípios.

A outra entrevistada, que também respondeu à pesquisa, disse estar com 27 anos, lecionar Matemática e ser casada, sem filhos, tendo nível universitário completo. Também não conversava sobre TV com seus alunos. Não via importância no programa para que fosse visto ou discutido a respeito. Essa professora disse que não aceitaria ir ao programa se convidada, mas não me pareceu muito convicta disso. Aparentou que respondeu isso envergonhada diante da colega, que estava junto.

Escola 3

Passo agora a descrever minha experiência seguinte, que ocorreu em escola municipal, na qual a diretora me disponibilizou a sala dos professores como ponto de observação para meu trabalho. Minha primeira observação foi sentir um enorme impacto ao me deparar com o estado de conservação da escola agora focalizada. As paredes estavam impecavelmente pintadas. A sala da direção mostrava-se na mais perfeita ordem, com quadros muito bonitos na parede. Eram quadros de uma pintura nada acadêmica, com predominância de tons fortes de azul e de um desenho livre. Eram os primeiros dias de aula do ano e havia faixas de boas vindas aos alunos. Disse à diretora como tinha observado a conservação da escola e ela imediatamente me revelou que estava na direção há dois meses. E que o primeiro mês tinha sido gasto na recuperação do prédio da escola e na seleção de novos professores.

Após um contato inicial na sala da diretoria, fui encaminhada à sala dos professores e informada que teria livre acesso nos horários de intervalos dos professores. Esses horários ocorriam em três períodos do dia (manhã, tarde e noite) nos quais há expediente na escola.

Essa escola atendia tanto ao ensino fundamental, quanto ao ensino médio e curso supletivo no período noturno. Procurei fazer minha pesquisa nos períodos da manhã, que abrangia os professores de 5.a a 8.a série do ensino fundamental e do ensino médio, tal qual nas escolas pesquisadas anteriormente.

No primeiro dia fui apresentada pela diretora e por sua assistente aos professores que estavam entrando para seu intervalo. Descobri que esses intervalos eram dois no período da manhã e que eles ocorriam para dividir os alunos no pátio da escola. Isso era

devido ao fato de que esse pátio não comportaria todos os alunos em aula do período, ao mesmo tempo, em recreio. Assim pude pesquisar quatro intervalos dos professores em dois dias.

Primeiro impacto ao entrar na sala dos professores: constatar a presença na sala de um enorme aparelho de TV de mais de 34 polegadas, em posição de destaque, encostado na parede, num móvel com rodízios (provavelmente para ser transportado às salas de aula como auxiliar e recurso pedagógico).

Consegui entrevistar duas professoras no primeiro intervalo. Notei que os professores entravam muito excitados na sala e num certo alvoroço. Talvez por serem os primeiros dias de aula do ano. Ao mesmo tempo em que fui apresentada, os professores entravam na sala. Entraram doze professores, sendo nove mulheres e três homens. Dessas pessoas todas, nesse dia só consegui conversar com duas professoras. Porque assim que fui apresentada como pesquisadora, foi como que um espalhar má notícia na sala. Os professores rapidamente tomaram seu café, água ou usaram os banheiros que lá existiam. E trataram de sair, como se evitassem responder perguntas de pesquisa, enquanto eu conseguia conversar com duas dessas professoras. Ambas do sexo feminino, casadas há mais de dez anos, uma com 3(três) filhos, a outra com dois. A primeira professora que entrevistei estava lecionando por dezoito anos. Disse lecionar Química e precisar trabalhar em duas escolas, para fazer frente às despesas de estudos de seus filhos, dos quais dois estudavam cursos universitários fora da cidade de Sorocaba, implicando em pagar despesas tanto escolares, quanto de manutenção dos mesmos fora de casa. Ela disse que devia em três bancos, mas esperava poder continuar lutando pela formação desses filhos. Revelou-me pelas perguntas estruturadas que jamais aceitaria participar de um programa como Big Brother, do qual como educadora pensava ser um programa sem valor e de exemplos muito

ruins para o público em geral. Disse ainda que não assistia o programa e que para ela não passava de uma coisa toda montada pela Rede Globo de Televisão. Também afirmou que não acreditava em momento nenhum que houvesse seleção de componentes para a casa. Acreditava que as pessoas eram apresentadas ou indicadas para participarem do programa. Cogitava a presença freqüente de certo tipo de perfil de pessoas: a mulher bem provida de padrão estético corporal, o homem que pratica musculação 12 horas /dia, o negro, o pobre, as pessoas que precisam de promoção de imagem e marketing. Enfim, os estereótipos já conhecidos e vistos em edições anteriores. Também não anima seus filhos a verem o programa e procura orientar seus alunos tanto espontaneamente, quanto de maneira provocada quanto ao assunto TV, estimulando-os para que assistam a documentários e a programas de bom padrão educativo.

Já sua colega que estava na sala nesse momento revelou-me que fosse professora de Filosofia e que lecionava há 15 anos, apesar de não ter escola ou posto fixo de trabalho. Afirmou que isso fosse devido ao fato de que, o último concurso público efetuado pela prefeitura local tenha ocorrido em 1996, levando a um déficit de professores na rede, além de uma fragilidade de vínculo do professor com a escola. Todo ano tem que passar por seleção e seu contrato só dura um ano. Disse que não vê valor no programa Big Brother Brasil, mas que seus filhos adoram o programa (são adolescentes). Desse modo acaba acompanhando o programa e observando todos os movimentos nele ocorridos. Como educadora e professora de filosofia procura orientar em sala de aula a seus alunos sobre o conteúdo TV, fazendo parte do cenário de suas aulas. Diz a eles para que não se iludam. Acredita que tudo o que é veiculado no programa tem todo um interesse de edição e de teledramaturgia (o bonzinho, o injustiçado, a mulher linda e burra, e assim por diante). E que não pautem sua vida sem dar importância aos estudos e aos valores éticos.

Quando lhe perguntei se aceitaria participar do programa, ela disse que não deveria ir, mas que um prêmio de um milhão deixava com que se sentisse muito balanceada. E que acha que iria sim, pelo prêmio. Que tudo faria para ficar. Procuraria ter muita estratégia e diplomacia com as pessoas. Mas sexo não faria de jeito nenhum. E que no fundo reconhecia que o programa não tinha valor educativo, mas era muito tentador para as pessoas, muito sedutor e que servia como fonte de discussão. Além de me dizer que espontaneamente não conversava com os alunos sobre o programa.

No outro dia, entrei na sala dos professores acompanhada da orientadora pedagógica da escola. Ela prontamente me respondeu que tinha 57 anos, era casada há mais de 25 anos, tendo uma filha já casada e com uma neta. Disse que não assistia Big Brother e que jamais participaria de um programa assim. Falou que discutia com alunos sobre a TV fora da sala de aula, por ser orientadora pedagógica, além de reconhecer ser importante orientar os alunos em aula sobre isso.

Enquanto ela me respondia essas questões foram entrando professores na sala de aula e ela me apresentou como pesquisadora e mestrande da UNISO tratando de sair rapidamente.

Esclareci o que eu estava fazendo ali. Disse que poderia fazer perguntas ao grupo todo e que se eles pudessem colaborar comigo, rapidamente eu deixaria de abordá-los com perguntas sobre minha pesquisa. Nesse momento estavam na sala dez pessoas sentadas na mesa de reuniões da sala dos professores. Eram 4 (quatro) homens e 6 (seis) mulheres. Além desses professores estavam ainda na sala 2(duas) professoras em pé, que colocavam objetos pessoais em cima de um armário que havia na sala, com gavetas nas quais se lia em cada uma delas o nome de pessoas, que deduzi fossem seus nomes. E ainda em pé estavam na sala dois professores (um homem e uma mulher) que pegavam cafezinho na pia que

havia na sala. Para terminar entrou um professor que foi ao banheiro. Portanto ao todo além de mim, da orientadora que me introduziu na sala estavam 15 (quinze) professores na sala de reuniões.

Consegui saber que 4(quatro) assistiam a reality shows e ao Big Brother. Eram 2(dois) homens e 2(duas) eram mulheres. Uma das mulheres disse que assistia ao programa “O Aprendiz” por ter um propósito um tanto mais nobre que os demais, que é dar emprego a uma pessoa.

Dos entrevistados apenas 3(três) admitiram que iriam ao programa se convidados e todos esses admitiram que o dinheiro os balançaria bastante. Eram dois homens e uma mulher.

Quando eu disse do propósito de minha pesquisa, eles pararam de falar e me olharam porque eu reconheço que elevei bastante o tom de voz, como quem cava um espaço no meio deles. Logo em seguida consegui estabelecer com eles o levantamento de dados sobre idade, estado civil, enfim. Consegui então saber o seguinte: dos 5(cinco) homens na sala, um estava na faixa dos 50 anos , outro na faixa dos 20 anos e os demais entre 30 e 40 anos. O mais velho deles, casado, rapidamente se incumbiu de dizer que Big Brother não pertence à sala de aula. Contou-me que era professor de História e passou a me dizer que conversava com alunos sobre o que a TV oferece a eles. Salientou que praticamente nada de bom é oferecido na programação da TV aberta. Tratou de me dizer que essas coisas que são importadas dos Estados Unidos nem sempre são boas para nós . Eu disse a ele que Big Brother não era importado dos Estados Unidos e que era proveniente da Holanda. E aí ele passou a me contar tudo que sabia do Dr. Roberto Marinho. Falou que Pedro Bial tinha escrito um lixo de livro , mas que isso lhe garantia a permanência no emprego. Além de dizer que o livro parecia o lustrar de sapatos dos componentes da família

Marinho. Que ele jamais iria participar de um programa assim. E tratou de ir saindo da sala de mansinho.

O professor que estava a seu lado me informou lecionar português. Disse que era solteiro e que procurava orientar bastante aos alunos sobre a TV. O tema Big Brother estava muito presente na escola, mas que muito menos nessa edição, do que na edição anterior. Procurava conversar sobre os valores que a TV e seu conteúdo transmitem. E que eles não se iludam com a teledramaturgia orquestrada que o programa apresenta. Que não acreditem em Papai Noel e que é necessário estudar muito na vida se quiserem chegar a algum lugar. E que ele jamais participaria do programa.

Havia outro professor a seu lado, da faixa dos 30 anos, mas que só se limitou a me dizer que não iria ao programa, que não conversava sobre isso com os alunos e saiu delicadamente em direção ao banheiro.

Uma das professoras que estava em pé e à minha direita prontamente me disse que se dispunha a responder às perguntas, porque precisava sair da sala para pegar material para sua aula seguinte. Ela me disse que era solteira, tinha 46 anos, lecionava já há 18 anos e que também não conversava com os alunos sobre o programa, porque não o assistia, não tinha o menor interesse por ele e que jamais participaria de um. Em seguida ela saiu da sala.

A professora que entrevistei a seguir era uma jovem de 26 anos, recém formada em Educação Física, estando na escola trabalhando já há dois anos. Disse-me que não participaria de um programa assim. E que apesar de não ver qualquer valor enquanto educadora, assistia a ele. Disse-me que seu irmão havia comprado o pacote “payper view” (da TV a cabo) que transmite 24 horas por dia o programa Big Brother. E que sua mãe passa 12 horas por dia assistindo. Mas não conversa com os alunos sobre isso. Já tem certa

dificuldade de convencê-los a participarem das aulas de Educação Física, então não acaba conversando sobre isso com eles.

Nesse momento foi muito interessante a intervenção de outro professor que estava na sala. Ele revelou que tinha sido professor de Educação Física desta professora que eu havia entrevistado antes. É casado, tem filhos (não me disse quantos). Ele parecia alheio escrevendo coisas no seu diário de classe. Mas quando perguntei a ela o que lecionava, ele fez questão de dizer que havia sido seu professor e de certo modo mostrar a influência que poderia ter exercido sobre ela, na escolha dessa carreira tão nobre e importante. E quando aproveitei e perguntei a ele sobre o programa ele me disse que falava com os alunos sobre isso, apesar de assistir pouco. Mas ele vibrou ao revelar que iria ao programa se convidado, porque se é jogo, ele já está lá. E que justamente o que o faria aceitar isso, seria o fato de ser algo que envolve conquista e estratégia. Não fez tantos comentários sobre o prêmio. Depois de me dizer essas coisas, ele saiu da sala.

Em seguida notei que uma das professoras sentada à mesa pouca ou nenhuma questão fez de responder a minha pesquisa. Interessante notar que nos dois dias em que compareci à escola, ela não me dirigiu palavra e me pareceu estar totalmente desinteressada do que eu estivesse fazendo ali.

Por outro lado entrou na sala nesse momento um professor, que prontamente respondeu minha pesquisa. Ele pediu licença, comeu seu lanche, enquanto respondia às perguntas. É casado pela segunda vez. Tem uma filha de 16 anos, do primeiro casamento. Do seu casamento atual tem uma filha de 3 anos de idade. Leciona História já há mais de 10 anos. Falou que procura conversar com os alunos sobre os valores éticos e sociais. E que não é fácil manter disciplina em sala de aula, quando alunos se põem a discutir sobre o programa, mas que acaba conseguindo retomar o conteúdo de aula. Não assiste Big Brother

e não se interessaria em ir participar do programa. Como educador não vê qualidades no programa que o movem a isso, mas conversa quando necessário sobre a TV e seus conteúdos.

Assim terminei minha experiência nessa escola sentindo-me muito agradecida pela generosidade que a maior parte dos professores e dirigentes tivera comigo.

4.3. Análise dos relatos:

Para análise dos relatos foram realizadas várias leituras rastreadoras, para obter a abstração dos dados. Foi muito marcante observar e interpretar as representações que podem estar no coletivo dos professores. Para facilitar o acompanhamento e compreensão dos itens observados, procurei agrupá-los, tentando agilizar a análise, que foi dividida em três temas amplos:

A. Quanto à opinião dos professores sobre discutir o programa em sala de aula

É relevante assinalar em 32 professores pesquisados, dez disseram que não conversam com os alunos sobre TV ou que esse assunto não pertence à sala de aula, enquanto que 22 admitiram conversar com os alunos sobre TV e valores éticos ou sobre o Big Brother Brasil. Nenhum professor se adiantou em afirmar que estivesse preparado para discutir o assunto TV com seus alunos em sala de aula. A maior parte deles teve algum estranhamento da minha preocupação por esse tema e esse foco. Pareciam no momento da pesquisa desconhecer o que é audiência de fato, sua relevância e seu alcance social.

O universo masculino encontrado na primeira escola pesquisada era pequeno numericamente e desvalorizou complementemente o assunto abordado, dizendo não pertencer à sala de aula. Esse fato foi completamente diferente do encontrado tanto na segunda escola, quanto na terceira em que encontrei professores homens interessados em falar de TV com seus alunos. Os professores que disseram não ser útil conversar sobre o programa em sala de aula colocaram em evidência o conteúdo programático que tinham a cumprir, considerando perda de tempo discutir TV em sala de aula, como observamos nas escolas 1 e 3.

O fato da maioria (principalmente os homens), não considerar o programa adequado para ser discutido em sala de aula, foi justificado pela evidência do programa veicular “maus exemplos” e “falta de valores”. Como se fosse interessante trazer para sala de aula só o que for bom. Como se o mundo não fosse composto de diversidades de modelos, bons e maus. Como se fosse possível dividir só dualmente a vida e seus valores. E quem estabelece o que é bom? Se eu (professor) não gosto então não discuto. Poucos professores consideraram ser relevante o que o aluno traz como assunto em aula e se merece ser discutido. Seja que assunto for. Preparar-se para discussão é papel do professor. O mundo e a vida estão acontecendo diante de nós. Mas parece ser muito assustador para muitos professores observados, o fato de que estar em sala de aula não significa ter uma conversa com roteiro. Se o diálogo – aula sai do roteiro programático então o assunto não pertence à sala de aula? Ser professor não é ser um tarefeiro competente.

Por outro lado tomando conceitos da teoria psicanalítica será oportuno lembrar que segundo Freud há dois princípios que regem nosso funcionamento mental, o princípio do prazer e o princípio de realidade. Ele leva em conta que nos nossos processos mentais esforçamo-nos por alcançar prazer, na busca de nos afastarmos de qualquer evento que

possa despertar desprazer (Freud: 1911, pgs. 277-286). Nesse mesmo texto ele fala da importância da educação e da ciência como elementos de contribuição, no sentido de que o prazer pode ser algo conquistado, mas que também pode ser adiado. Desta forma que papel está desempenhando um professor que acredita ser só útil em sala de aula se cumprir o conteúdo programático. Só é útil discutir as coisas que goste? Esse professor dificilmente respeitará a diversidade de seus alunos. É necessário que professores tenham em mente que conteúdos programáticos são uma referência, mas que não irão necessariamente encontrar em sala de aula alunos estáticos ou robôs. Alunos podem levantar em sala de aula os mais variados temas, podendo gerar desprazer no professor (se ele não gostar do assunto). Mas que isso precisa ser superado. É interessante verificar que sala de aula é antes de tudo lugar de cultura, não podendo haver melhor lugar para estimular alunos a pensarem (Tishman, e cols: 1999 pg. 13-19).

Foi notada uma tendência a privilegiar temáticas idealistas e modernas. Mas será que não devemos discutir o espetáculo, interferindo na vida privada, ou questões de intimidade? Isso não seria oportuno para sala de aula?

Encontrei professores que dissessem ter uma preocupação de ensinar como assistir TV, como na escola 3. Mas desconheciam livros ou publicações que orientassem nesse sentido. Encontrei algo de bastante propício a esse respeito na Internet (<http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21>).

Trata-se de uma Cartilha do jovem telespectador – versão do professor (que coloco disponível nos Anexos). Este material é produzido pela Associação Brasileira de Tecnologia Educacional (ABTE) presidida pelo Sr. Walter Esteves com direção técnica pedagógica da Sra. Ana Maria Portes da Silveira Lobo. Nesta cartilha são discutidos assuntos do tipo: como podemos nos tornar telespectadores conscientes, o que a TV diverte,

ou ensina, como pode escravizar o nosso lazer, além de atividades sugeridas como práticas em sala de aula junto aos alunos.

B. Quanto a assistir e ou participar do programa:

Os professores em sua grande maioria dizem não assistir e que não participariam. Dos 32 entrevistados, dez admitiram que aceitariam participar do programa, caracterizando a presença do elemento de contradição nas opiniões emitidas, na medida em que todos diziam não ver valor no programa enquanto transmissão de princípios éticos ou educacionais. Isso pode levar a considerar a grande dualidade presente nos seres humanos descrita em textos diversos da Psicanálise (Freud, S.: 1893-1895), (Freud, S.: 1900), (Freud, S.: 1915), (Freud, S.: 1923). A maioria desse universo encontrado é de mulheres (oito) e dois homens. Os que relatam que participariam do programa colocam a questão financeira como primordial para tal decisão. Encaram como um jogo, com um prêmio muito bom que vale participar. Vale ressaltar que dos homens um afirmou que o jogo e a competição são o combustível que o seduz e excita. Seriam as mulheres mais curiosas? Seriam mais ambiciosas, já que a maioria admitiu que o dinheiro e o prêmio seriam os motivadores da participação?

Admitiram assistir ao programa sete professoras da escola 1 e cinco professores da escola 3, alguns muito à vontade para isso, outros dando desculpas que os filhos assistem. Outros ainda dizendo que precisam saber por que os alunos assistem. Uma professora admitiu que o irmão comprou o pacote da TV a cabo e a mãe assiste muitas horas por dia, quem sabe projetando na mãe o desejo dela assistir ao programa muitas horas por dia.

Foi possível observar também através da entrevista de uma das professoras da escola 2, o aspecto religioso presente nas suas relações, ao afirmar que professava uma fé ligada a uma religião evangélica, que proíbe seus adeptos de assistir TV, e que não assiste ao programa por isso. Tomo contato com realidades como essa, um tanto surpreendentes para os dias de hoje. Não posso deixar de mencionar o belíssimo trabalho de Freud em Totem e Tabu (Freud, 1913), trabalho premiado com o Prêmio Goethe de Literatura, no qual o genial inventor da Psicanálise retrata os povos primitivos que escolhiam um objeto (o Totem) que seria considerado intocável e proibido de relacionamento (Tabu), sem que para isso houvesse uma razão plausível. O Totem podia ser um animal, uma fruta, uma planta por exemplo. Freud nesse trabalho enfatiza principalmente o horror ao incesto, e o fato de que a proibição ao animal totêmico teria na sua proibição um significado. E que teria havido uma horda primeva que teria matado e devorado o pai (que nesse caso seria o animal totêmico), para comê-lo em seguida, na tentativa de incorporar e adquirir os atributos do pai. Teria sido para ele assim, que teriam surgido às religiões, a moral e a sociedade, pelo desenvolvimento de um sentimento de culpa que operou por muitos anos em gerações. Na religião católica, a hóstia recebida pelo adepto, seria a incorporação do pai e seus aspectos divinos. Acredito que essa busca do pai, através da sua incorporação simbólica esclareça esse respeito de um adepto a uma proibição, que muitas vezes seja absurda ou sem sentido. No caso da professora entrevistada, há um interesse em se sentir aceita pela família do noivo, e isso explica o fato de não ver TV, que posso considerar como o objeto totêmico.

C.Quanto à opinião dos professores sobre o programa:

E encontrei professores que apresentam uma forma de pensar mais realista, como a professora de Química da escola 3, e que relatam não acreditar no processo seletivo dos participantes, descrevendo inclusive para tal afirmação a relação de estereótipos que sempre é apresentado no programa. Ela observou como o programa procura apresentar pessoas estereotipadas como perfil principal, tais como jovens atléticos, corpos bonitos para representar a sociedade, o negro, um pobre, um oriental, ou seja, variar os tipos conforme interesses de público a serem atingidos, relacionando que o programa é lucrativo, portanto atinge público para seu consumo. Isso mostra como podemos encontrar professores “anteados” tal qual a professora de Química, a de filosofia e o professor de Português da escola 3. Exatamente falando de consumo e sobre a questão de como o dinheiro e o prêmio foram fatores assinalados com insistência para justificar a participação no programa, farei no capítulo das discussões algumas reflexões a respeito.

O relato dessa professora e de outros que analisam o Programa, mostrando seu caráter de manipulação e consumo, expressa formas muito pertinentes e interessantes, pois levantam questões da sociedade do espetáculo que os alunos necessitam desvendar, para fazerem suas escolhas. A professora de Química da escola 3 foi a pessoa que mais me tocou e me pareceu atenta e observadora ao mundo do espetáculo e do que é veiculado pela TV, aparentando ser a que se preocupa em ofertar aos alunos comentários a esse respeito, quando possível.

A análise foi dividida como já mencionei anteriormente, em três grandes temas amplos, mas não deixei de observar alguns pontos interessantes durante a realização da

mesma. Seriam eles: a questão das diferenças de opiniões entre gêneros de professores, e as condições de facilitação ou de dificuldade na realização da pesquisa.

Com relação às condições de facilitação ou de dificuldade na realização da pesquisa observei mais facilidades na escola 1 (que até me cedeu minutos de seu H. T. P. C.), menos receptividade na escola 2 e boa acolhida na escola 3, por parte da direção, tendo que me impor na posição de observadora para conseguir dados. Nesse sentido, em geral as mulheres foram mais receptivas nas 3 escolas. Apesar de eu encontrar duas professoras que se recusaram elegantemente na participação, na escola 3. Não me disseram diretamente, mas foram saindo sutilmente da sala onde realizei a observação.

Sei que teria muitos pontos interessantes a pensar nas diferenças encontradas entre professores homens e mulheres, mas reconheço que esses aspectos poderiam compor o interesse de uma nova pesquisa.

DISCUSSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observando no mundo de hoje se professores podem estar envolvidos na tarefa de dialogar, orientar, trazer e discutir o tema TV e mais especificamente o programa Big Brother Brasil da Rede Globo de Televisão com alunos, este trabalho constatou o quanto ainda há por ser pesquisado nessa área.

Na Introdução deste trabalho foi procurado indagar que, para analisar no conteúdo TV os *reality-shows*, estilo Big Brother Brasil, seria inevitável e importante estudar a essência dos estudos das mediações na comunicação, procurando descrever as manifestações, os fenômenos e as estruturas que governam esta relação. Mais do que isso foi destacado ser relevante pensar se esse assunto era discutido com alunos e verificarmos que temos feito enquanto educadores, para criar uma consciência mais crítica de todos os envolvidos : pais, alunos, professores e dirigentes de escolas, considerando-se que todas essas pessoas são telespectadores.

Foi questionado se nossos professores estariam preparados para essa missão de estimular nos seus alunos uma visão crítica do que é veiculado na Televisão e se esses mesmos professores teriam suficiente clareza do seu papel de educadores e colaboradores na formação dessa consciência. Seguindo essas indagações foi valorizada a necessidade de fazer um retrospecto do nosso mundo de hoje, na busca de um preparo para ir a campo pesquisar essas dúvidas acima formuladas.

Verificou-se no primeiro capítulo que nossa sociedade de hoje é comandada por alguns aspectos, pelos quais ver e ser visto é imperioso. Nesse momento mostra-se necessário trazer à discussão pontos que não foram vistos no Capítulo 1. Conforme Quinet

(2002), que é psicanalista e doutor em Filosofia pela Universidade de Paris nossa sociedade contemporânea é comandada pelo olhar. Quando ele emite esse conceito em Psicanálise ele associa o olhar com :

- ❖ o interesse pulsional , que seria pressão ou força que faz o organismo tender para um objetivo, segundo Laplanche (1982);
- ❖ a busca de desejo;
- ❖ as negociações entre desejo e suas proibições, que criam conflito e angústia.

Quinet chama nossa sociedade de escópica e afirma que ela conjuga o olhar tanto no se chamou de sociedade do espetáculo, conforme Guy Debord (1997), quanto na sociedade disciplinar descrita por Foucault (1977). Foi visto ainda conforme Debord (1997) o quanto nossa sociedade é show e *business*. Quinet (2002) afirma que na sociedade do show é priorizado o pensamento americano: “*There is no business like show business*” , que se pode traduzir: “*Não há negócio como o show business*”. Assim foi observado que o espetáculo compreendia em sua totalidade o resultado e o projeto do modo de produção existente, sendo ele (espetáculo) o modelo presente da vida socialmente dominante. Nesse sentido o mundo real se transforma em imagens e elas se tornam cada vez mais reais para gozo do espectador. Gozo esse, que no mundo atual é imperioso e inadiável. A TV nesse sentido ganha dimensão abrangente. Se nela vemos tanto o espetáculo do belo, quando podemos assistir a filmes de arte, documentários, debates para esclarecimento do público em geral, shows de música das mais variadas tendências. Podemos ter também o mal-estar na cultura, quando presenciamos a TV que sangra. Ela nos mostra em tempo real as tragédias, os assassinatos, os atentados, as guerras e toda série de propostas que possam banalizar o corpo e o ser humano, mas que em contrapartida traz nesse modo de produção o lucro e a audiência.

Foi observado também o quanto o avanço tecnológico é espetáculo e o quanto ética caminha num descompasso. Ou o quanto autores como Adorno (16/07/1969) já se preocupavam com a importância que a televisão poderia estar assumindo na vida das pessoas, num tempo em que cursos noturnos de adultos estavam sendo esvaziados, em nome de ver TV. Por outro lado, a mesma TV que foi ganhando tanto espaço de interesse social é capaz de expressar contradições muito bem vindas. Surpreende quando um canal de TV brasileiro como a MTV (Music Television), sugere que o telespectador desligue a TV e vá ler um livro, conforme Carol Knoploch (16/11/2004), em matéria disponível em http://www.sitedovestibular.com.br/noticiaVisualizar.php?not_id=3827. Um dos dirigentes da empresa declarou que não perdeu dinheiro, veiculando os comerciais correspondentes ao horário, em outro momento, demonstrando que é possível fazer TV com apelos educativos, sem perder dinheiro. Essa expressão é totalmente oposta ao que se observa em outras redes de TV brasileiras nas quais o lucro e a audiência estão na ordem do dia a qualquer preço, recordando-nos o Fausto de Goethe e o quanto ele ainda é atual. Foi lembrado ainda no capítulo 1 que o homem da sociedade de hoje é ainda convidado a entregar a alma ao diabo num mundo onde ser visível significa existir. Se a modernidade rompeu com valores tradicionais, vimos num retrospecto sobre a pós-modernidade o quanto valores modernos foram rompidos, tendo ficado muito pouco no lugar. Se a humanidade buscou tanto avanço tecnológico que lhe foi útil e produtivo, trouxe em contrapartida insegurança, laços sociais fugazes e a observação de uma crise da família. Preocupados com a luta pela sobrevivência ou com o ser visto em suas carreiras profissionais, pais deixam de cuidar bem de seus filhos, transferindo ao social esse cuidado. Dessa forma não fica difícil pensar no que ocorre com o comportamento de muitos jovens, descrito no capítulo 1. Fazendo parte do campo social, a mídia amparada no seu recurso TV traz novos modos de vida, expressos

pela força da imagem, conforme Debray (1993). Nem sempre esses modos de vida são benéficos à humanidade, na medida em que a imagem diluída pelo poder econômico apropria-se desse desejo do ver e ser visto e impulsiona sujeitos a se exibirem como imperativo e iludindo as pessoas de que o sol brilha para todos. Além da condição criada de se tomar como verdade o que é visto na TV.

Conforme Minerbo (2001) foi observado que há por força desses estilos de pensamento da sociedade do espetáculo e da força da imagem, o surgimento das celebridades ou daqueles que ficam invisíveis, conforme Castoriadis (2002). As celebridades foram apresentadas como pessoas importantes, famosas e invejadas por terem essa fama, mesmo que sem talento. É importante lembrar que para cada “celebridade” há milhões de indivíduos invisíveis, muitos com o sentimento de não existirem. Estes podem identificar-se com sua personagem para ter uma “identidade”, que pode ser assimilada tanto com valores bons, quando se apresenta o exemplo de superação de um cantor como José Carreras, que venceu uma doença grave e voltou aos palcos para cantar, quanto pode ser assimilada com Fernandinho Beira-Mar, quando consegue desafiar sistemas de vigilância comandando o sistema do tráfico de drogas, conforme Reinaldo Lobo (2003), psicanalista brasileiro, que escreveu um interessante artigo: “A Ética de Fernandinho Beira-Mar”, publicado na Revista IDE, n.38, dezembro de 2003, pg. 30-37. Por fim, ainda no capítulo 1 foi visto também conforme Minerbo (2001) que há todo um questionamento de que as pessoas hoje em dia estão interessadas muito mais na fama e no aparecer. Porque se não se é visto, não se existe na sociedade do espetáculo. E através disso é lembrado que nem todos irão ter luzes de holofote na nossa sociedade, o que não quer dizer necessariamente que as pessoas não tenham valor. Ao mesmo tempo em que na busca de aparecer socialmente, muitas vezes possamos ter em cena pessoas cujo talento não corresponda à imagem que

querem transmitir. São questionadas quantas publicações são feitas em nome do lucro, quantas teses e dissertações possam ter sido escritas pelo valor cartorial ou de mercado, ao lado de quantas delas que possam estar engavetadas e não deveriam estar.

Foi feita uma retrospectiva de como se forma uma consciência crítica no ser humano usando-se teorias e autores da Psicanálise, para em seguida no capítulo dois ser feita uma apresentação de como a TV faz com que a imagem se materialize na tela. E de como a imagem pode ser traduzida em sons e palavras, sem contar como ela pode ser distorcida ou interpretada pelo que nosso tipo de olhar contemple. Também foi salientado como a TV pode ser elemento de socialização, de como ela lida com o espaço público e assinalou-se uma confusão e uma linha muito tênue entre o que é público e privado. Já não há mais respeito em relação a isso.

Mas gostaria de questionar a força da imagem. Fato recente no mundo das celebridades contradiz essa força. Trata-se do casamento do jogador Ronaldinho com Daniela Cicarelli. Preocupados em fazer uma cerimônia com total glamour, em lugar bastante privado e com uma seletíssima lista de convidados, não contavam que a “intimidade da cerimônia” fosse desmontada pelo ciúme da noiva, que expulsou a modelo Caroline Bittencourt (presente na festa). Se as imagens da cerimônia foram restritas à TV, Daniela entregou de bandeja a solução para o problema efetuando essa expulsão. Poucas testemunhas viram o fato. Mas ele foi exaustivamente narrado em telejornais e programas especializados em falar da TV. Segundo Leila Reis(20/02/2005) para o Jornal O Estado de São Paulo, no caderno TV & Lazer esse fato trouxe à cena a TV falada, provando que quando a história é boa (com celebridades, ciúme, paixão, etc.), a imagem não é fundamental. Contar quase adquire o peso de mostrar. Não é à toa que franceses valorizem tanto o contar histórias para crianças na sua formação conforme René Diatkine (1993),

psiquiatra e psicanalista francês, em entrevista a Revista Veja, em 17 de março de 2003 a Fabio Altman. Ele salienta que o contar histórias estimula a imaginação, na busca de facilitar encontrar soluções para se superar problemas da vida. Pessoas com mais imaginação são mais criativas. Isso motivou no Brasil o Simpósio Internacional de Contadores de Histórias de 18 a 23 de junho de 2004, no Rio de Janeiro.

Por todos esses fatores apresentados sobre a força da imagem e a TV, abre-se a brecha para que programas os mais variados veiculem a vida “íntima” das pessoas. É o que ocorre nos *reality shows*, estilo Big Brother Brasil. Quando é colocado a prova a intimidade, a intenção é de mostrar que é uma aparente intimidade, na medida em que pessoas num programa desse tipo estão interessadas em agradar e nem sempre vão se mostrar como de fato são. Em termos econômicos é interessante para a empresa que o produz porque mostra personagens para uma teledramaturgia barata, na medida em que se está desenvolvendo a novela da vida, por atores baratos.

No capítulo 3 foi feito um retrospecto da história dos *reality shows* mostrando como eles estão sem limites, apresentando as mais variadas opções, inclusive a da pornografia na França. Apresentou-se ainda um retrospecto histórico do programa Big Brother Brasil que está atualmente em 2005, na 5.a Edição, com índices de audiência muito mais exuberantes, que na edição de 2004. Aliás para surpresa minha na 5.a Edição, o programa traz entre seus participantes a presença de um professor universitário, que é jornalista e que caiu no agrado do público. Participaram também desta edição um médico, um engenheiro mecânico e um consultor de informática refletindo novamente que já não basta na sociedade atual ter formação universitária.

Foi indagado o que leva pessoas a se auto-confinarem, sendo usado pensamentos de autores como Maria Rita Kehl e Eugênio Bucci (2004) destacando o quanto as pessoas são

seduzidas na luta pela fama. E o quanto a competitividade e o aspecto sádico estão envolvidos na disputa por um prêmio. Os participantes de programas desse tipo não medem esforços em eliminar seus parceiros. Segundo esses autores, eles estão usando uma ética de ocasião e conveniência. Nos grupos que participaram das 3 últimas edições do programa tem-se observado que as intrigas e as provocações entre os participantes são mais atraentes ao público, do que a formação de pares de casais para práticas sexuais na casa.

Conforme Rafael Vieira da Silva (2002), que foi candidato a participante do programa e escreveu o livro: “*Big Brother: traições à espiritualidade no cotidiano dos reality shows*”, é interessante observar alguns pontos interessantes que ele revelou em seu livro. Trata-se de um padre que quis concorrer ao prêmio e à permanência na casa de luxo do confinamento. Ele disse que foi barrado na sexta entrevista, porque demonstrou que tinha medo de como ficaria sua imagem depois do fim do programa. Revelou que se interessava em participar porque queria demonstrar que pessoas poderiam viver em fraternidade e cooperação dentro de uma casa. Prometeu que não faria discursos religiosos ou pregações, mas a produção do programa o eliminou alegando desinteresse por sua participação. Porque o que interessa no programa é justamente provocar conflitos, ao contrário do que seriam suas intenções. Essa afirmação vai ao encontro dos pensamentos de Bucci e Kehl (2004).

Conforme Quinet (2002) podemos ainda pensar em outras causas de interesse do público por esse programa. A questão de como nossa sociedade valoriza o olhar e o quanto tenta medir o mais-de-olhar (índice de audiência) que faz transformar espectadores em celebridades dentro de um script que procura passar um roteiro da novela da vida, no qual competidores são tratados como cavalos de corrida, tendo como desafio suas conquistas, fracassos e emoções envolvidas. Mas há ainda há uma coisa também importante a salientar

conforme Quinet (2002), que é a questão da vigilância. Ele cita Foucault (1977), que em sua obra *Vigiar e Punir* assinala a questão do olhar como modelo da sociedade disciplinar, que procura controlar os indivíduos, tornando-os visíveis em todos os momentos, enquanto o Olho dessa sociedade está invisível. Acredito que essa questão esclarece um ponto muito atraente ao público que vê Big Brother e dá suas espiadinhas. O próprio público se sente juiz dos participantes, quando os aceita ou os elimina pelo seu olhar e enquanto invisível se torna o Big Brother (como no livro de Orwell, onde o Grande irmão tudo via, mas não era visto e tudo controlava, sem ser percebido).

Gostaria de apresentar uma observação que faço de como vejo os participantes do programa, enquanto discussão e observação. Penso que os Big Brothers são os “Gladiadores pós-modernos”. Noto semelhança entre ambos quando observo que os gladiadores romanos estavam alimentando o lema do pão e circo nas arenas, tendo que competir e eliminar seus pares. Defrontavam – se e lutam pela aceitação ou não do público, que sinalizava de maneira positiva ou negativa. Na atualidade os gladiadores pós-modernos têm como arena um estúdio de televisão, com exposição 24 horas por dia de suas vidas e a luta por eliminar seus concorrentes. O público se manifesta por outras formas de sinais, que são recursos do seu tempo (o telefone, os recursos eletrônicos ou da informática), eliminando ou aprovando os participantes na continuidade de sua permanência no confinamento.

Não é possível passar também despercebido como ponto de atração para sucesso do programa Big Brother Brasil, a questão de como estamos lidando hoje com o consumismo na sociedade do espetáculo. É por estarmos diante de algumas mudanças importantes no mundo, que verificamos diferenças entre o passado e o futuro, principalmente no que diz respeito à hierarquia dos valores éticos e morais. Conforme Jurandir Freire Costa (2004),

vivemos entre o passado e o futuro, de um modo tal que nossa relação com o passado é de posse e proximidade, possibilitando pensar nos vestígios do passado. E nossa relação com o futuro é incerta, de distanciamento e de despossessão, convidando-nos a pensar na aura (que tem o significado de algo que está próximo e que pressentimos se aproximar). Em relação ao passado enterramos Deus, a família, os deveres do Estado, a autoridade do Pai e em troca estamos vivendo um estado de liberdade no qual acreditamos nos atribuir a resolução de conflitos privados. Ele quer dizer que nos outorgamos a condição de querer impor aos outros o que se bem entender. Aí reside o início da violência, que pode também nos aproximar da questão de que em nome de ser visto e aparecer, tudo é permitido. Tudo pode ser visto, em nome da busca da fama e do reconhecimento. Enterram-se a autoridade do Pai, enterramos os limites, como também de brinde enterramos nossa solidariedade e nossa consideração. É triste pensar que hoje muitas famílias compartilhem apenas em comum o mesmo tipo de cópia da chave da porta de entrada de sua casa, em detrimento de um contato afetivo e necessário. Famílias que mostram um distanciamento dessa espécie, podem nos fazer entender que quando se busca fama está sendo transferido para o social o desejo de ser reconhecido e lembrado. Se a pessoa dentro da família não se sente vista e considerada, poderá procurar na fama a busca desse reconhecimento através do meio social, como substituto desse núcleo família que não o acolheu em suas necessidades. Esses e outros interessantes pensamentos estão em seu livro: “O Vestígio e a Aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo”.

E se no programa Big Brother o que se busca é a fama, em nome dela o consumo entra como elemento de ocasião. Ainda conforme Costa (2004), nesta re – hierarquização dos nossos valores tradicionais, as pessoas da nossa sociedade principalmente urbana elegeram o bem-estar e os prazeres físicos como a bússola moral da vida. E de como o

consumismo faz parte deste quadro. Costa apresenta um retrospecto histórico do que é consumo. Ele nos convida a pensar nas mudanças da relação de trabalho, através de Hanna Arendt (2000:146, in apud, Costa 2004: 136), que considera que a partir da Revolução Industrial os objetos são feitos para serem produzidos e vendidos. Se antes os produtos eram fabricados e tinham com os indivíduos uma relação de necessidade e até de estima, hoje estão facilmente ligados ao conceito de supérfluo, do descartável. Ainda conforme Costa (2004), outros autores são acionados para se entender a evolução que consumo teve na sociedade, tais como Campbell e Baudrillard. Esses autores associam consumo com insatisfação ou Sennet que acreditava que a satisfação era o mote do consumismo, mas neste caso voltada á busca de uma burguesia que precisava se aproximar da nobreza pelo consumo. De tal forma que se pode considerar no programa vários elementos do consumo entrando em jogo através dos patrocinadores que veiculam seus produtos. Os formatos para isso são variados: estímulo ao consumo de ligações telefônicas, compra de pacotes para se observar o programa 24 horas/dia, uso da Internet para votar, estímulo à compra de telefones celulares, por exemplo. Sem contar ainda com o estímulo ao consumo de revistas de mulheres ou homens nus, advindas do contrato de ex-participantes do programa. E citando Ilana Feldman (2005), que é cineasta formada pela Universidade Federal Fluminense, tendo recebido Prêmio Itaú Cultural para Novos Realizadores:

“... o programa Big Brother reproduz uma relação de dominação seja no pagamento de patentes para a empresa matriz, seja na própria lógica de funcionamento do programa, baseada na ideologia empresarial. Uma “dramaturgia de exclusão” na qual é agora a empresa que produz o programa quem é o competidor com outras empresas. Mas a defesa apresentada pela empresa é estimular os participantes do programa a acreditarem que jogar é bom, que pode ter uma compensação e a idéia de que o sujeito que não joga sucumbe.”

Porque a empresa também é vítima da competição empresarial.

Ilana Feldman nos brinda com o artigo: “*Big Brother prepara para a sociedade do controle*”, disponível na Internet em: <http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2537,1.shl>, consultado em 08/03/2005. O artigo além de nos alertar para o consumismo existente no programa, nos adverte sobre as conseqüências políticas e de como os *reality shows* não podem ser tomados apenas como entretenimento. Quando nos maravilhamos com as novas tecnologias desenvolvidas e usadas no programa Big Brother como o monitoramento 24 horas/dia, não nos esqueçamos de que os mesmos bens que podem nos servir, poderão no futuro se tornar a porta aberta para que nossas liberdades de ir e vir fiquem com os dias contados. Hoje já é natural observarmos nos estabelecimentos comerciais a presença do aviso: “Sorria, você está sendo filmado”. Amanhã poderemos assistir à criação da “sociedade investigativa”, conforme Alvin Toffler, escritor e autor de “O Choque do Futuro” (Record, 1998) e “A Terceira Onda” (Record, 2000) que considera que o aquilo que hoje é monitorado em nome da sociedade de consumo, ou a serviço da segurança nacional pode amanhã tornar-se vigilância do nosso viver e forma de dominação.

Será que George Orwell foi tão profético?

Mas há outra questão presente no programa, que é a questão do consumismo do corpo de homens e mulheres que são veiculados na tela da TV. Segundo Costa (2004: 169-174) em nome do espetáculo estamos consumindo o corpo como mercadoria, o sonho de ser celebridade como mercadoria, mas não podemos nos esquecer que a celebridade é programada para ser idolatrada de forma momentânea e provisória. Temos prova disso quando nos recordamos que Big Brother já teve cinco edições. Pelo menos mais de 60 participantes e quem se lembra de mais de 10 nomes dessas pessoas? O que importa na celebridade é seu potencial de entreter e saciar a curiosidade do público leitor ou espectador

acerca dos segredos do sucesso ou dos ideais do mundo do entretenimento. A celebridade é passageira porque é desejada e invejada pelas pessoas (o querer chegar aonde ela chegou) e desprezada porque por ser geralmente fachada de um vazio. Não mostrarão no seu repertório nada além do previsível. É comum ouvirmos delas frases do tipo : “Venci porque segui meu coração”. “Corri atrás de um sonho”. “Confiei na intuição”. Isso cria para o público algo que o faz pensar que as celebridades conseguiram uma façanha: ver a face de Deus. Porque é assim que é a mídia trata o acesso à fama. É como se as celebridades fossem seres ou entidades que conseguiram a senha de acesso ao céu. Ou como se fizessem parte do Olimpo. O pior de tudo é como se faz acreditar na atualidade, que só tem relevância quem está nessa condição. Esse estilo de procedimento social faz com que apresentadores de TV, como Fausto Silva da Rede Globo de Televisão seja capaz de dizer que dentro em pouco não haverá público ou auditório, porque a maioria quer ser artista.

Depois desse espaço para discussão de alguns pontos que foram observados no programa Big Brother, esta discussão pode se voltar ao quarto capítulo deste trabalho, a investigação qualitativa, que pesquisou professores em 3 escolas públicas.

O que foi encontrado em campo:

- A presença de uma maioria de professores que não viam o programa;
- De um terço deles que participaria do programa se convidada;
- Em se tratando de falar de TV com alunos e especificamente sobre Big Brother Brasil foi encontrado um terço dessa população que não conversava sobre isso com alunos e que nem vê que o tema pertença à sala de aula ou às atribuições de um professor;
- Importante assinalar que a maior parte deles não se diz preparada para conversar sobre esse tema ou foco.

- Oram encontrados professores que têm clareza e amplitude de suas funções, como também três deles que tinham sensibilidade e percepção da importância de dialogar TV com alunos.

Observamos o espetáculo na nossa sociedade como algo de exuberante. Algo que é no cenário social o protagonista. Sendo assim, não seria importante haver por parte das políticas de educação algum tipo de dispositivo que auxiliasse professores na aproximação desses assuntos? Algo que pudesse auxiliar a criar fontes de estímulo para que professores se sentissem impelidos a desenvolver tarefas desse porte com alunos? Pode parecer incongruente que neste trabalho tenha sido apresentado no corpo de Anexos uma cartilha de orientação ao telespectador, desenvolvida para que professores possam vir a usar em sala de aula, caso achem conveniente. Em se tratando de alguém que tenha uma formação em Psicanálise pode combinar pouco. Mas não podemos nos esquecer que professores são considerados em Psicanálise os modelos que substituem os pais, por transferência às crianças, aos jovens e também a adultos que sejam alunos. Se professores podem ser modelos aos alunos e se cabe ao professor e ao ensino ser parte dessa trajetória da formação de uma consciência crítica, porque não apresentar alguma idéia de como poderia ser desenvolvida essa tarefa? Não como uma imposição, mas como sugestão. Enquanto não assumirmos todos nós a aproximação de temas como esses, vamos deixando as edições de programação desse estilo se repetir. E quem cala consente. As conseqüências virão de qualquer forma.

Não seria importante considerar que pelo menos uma vez por semana ou quinzenalmente, nas atividades extracurriculares, a TV e seus conteúdos pudessem fazer parte do repertório do ensino? O Prof. Holgonsi Soares, Assistente do Departamento de Sociologia e Política da UFSM - Universidade Federal de Santa Maria no Rio Grande do

Sul faz as seguintes considerações no seu artigo: “ A ação da escola frente à influência da televisão na pós – modernidade”:

- ❖ Considera que a televisão ao trabalhar a ideologia do espetáculo simula realidade, mascara a complexidade de fatos e idéias e apresenta coisas num grau de simplicidade que legitima a banalidade pós – moderna em todos os sentidos.
- ❖ Salienta que entra aí o papel da escola. Usando a TV como recurso pedagógico deveria munir indivíduos com uma “capacidade analítica” para que pudessem discernir as ideologias subjacentes em cada ato televisivo, e suas conseqüências.
- ❖ Caberia à Universidade a pesquisa, principalmente sobre o controle do sistema de comunicação e a dependência cultural produzida pelo mesmo. Caberia também á universidade auxiliar a formação de professores que tivessem essa condição no ato pedagógico
- ❖ . Do contrário ele considera que a televisão continuará deseducando, desinformando ou como nos diz a radical Susan Sontag, uma “lobotomia frontal”. Seria assim a escola o último reduto de resistência a tudo isso.

O Prof. Jurandir Freire Costa, que também é psicanalista, em entrevista à Revista Época, Ano I, n.38, 08 de fevereiro de 1999, pg. 32-34, concedida a Roberto Benevides e Zuenir Ventura nos diz: “Precisamos de menos economia e mais política, menos consumo e

mais solidariedade”. Do contrário, como o mesmo professor nos diz, continuaremos alimentando uma sociedade movida a sexo, drogas e Credicard.

Precisamos estar muito atentos a esse mundo de espetáculos. Acima de tudo creio ainda que:

“O maior espetáculo para o homem é o próprio homem”.¹³

¹³ Frase Slogan do Programa : “Prazer em conhece –lo” (Programa de entrevistas que é transmitido semanalmente aos domingos pela Rede Vida de Televisão, no horário de 23 horas).

REFERÊNCIAS

1) LIVROS

1. ADORNO T. W. E HORKHEIMER M. **Dialética do Esclarecimento** São Paulo: Zahar Editor. 1985.
2. ADORNO, THEODOR W. (1971) – **Educação e Emancipação**, Editora Paz e Terra S. A., 1995. Pg. 75-95.
3. APPLE, M. W. **Consumindo o outro: branquidade, educação e batatas fritas**. IN Escola básica na virada do século: cultura, política e educação/ Org. Marisa Vorraber Costa. São Paulo: Cortez, 1996.
4. AULAGNIER, P. (1976). Le Droit au secret. Nouvelle Revue d Psychanalyse. N. 14, 1976.
5. BARTHES, R. **O óbio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1990. Pg. 32.
6. BERMAN, M. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo, Companhia das Letras,1986.
7. BICK, E. (1967). **A experiência da pele em relações de objeto arcaicas**. In Melanie Klein Hoje: Desenvolvimentos da teoria e da técnica, ed. Elizabeth Bott Spillius; Vol. I. Rio de Janeiro: Imago Ed., 1991, pg. 194-198.
8. BION, W. R. (1961). **Uma teoria do pensar**. In Melanie Klein Hoje: Desenvolvimentos da teoria e da técnica, ed. Elizabeth Bott Spillius, Vol. I .Rio de Janeiro: Imago Ed., 1991.
9. BLÉANDONU, G. (1993) – **Wilfred R. Bion: a vida e obra**, 1897 – 1979/Gerard Bléandonu, Rio de Janeiro: Imago Ed., 1993 , pg. 171.
10. BOGDAN, ROBERT.C . & BIKLEN, S. **Investigação Qualitativa em Educação : Uma introdução à teoria e aos métodos/** Robert C. Bogdan e Sari Biklen, Porto, Portugal, Porto Editora Ltda., 1994 (Coleção Ciências da Educação-12). 1999.

11. BRANDÃO, J. S. - **Mitologia Grega.**, Vol. III, Petrópolis: Editora Vozes, 5.a Ed. 1993.
12. BUCCI, E. (1997) **Brasil em tempo de TV**, Boitempo Editorial, 3.a Ed., 2000.
13. BUCCI, E. & KEHL, M. R. **Videologias: ensaios sobre a televisão.** São Paulo: Boitempo Editorial, 1.a Ed., 2004.
14. CABAS, A. G. **Os paradoxos da civilização e o desgarramento da cultura.** Revista *Ágora de Estudo em Teoria Psicanalítica*. Vol.1. n.o 1 julho/dezembro de 1998.
15. CANCLINI, N. G. **O Sentido Dialético do Humano.** In Revista *Educação em Debate* n.9, Rio de Janeiro: Paz e Terra. 1987.
16. CASTORIADIS, C. **As encruzilhadas do labirinto. A ascensão da insignificância.** São Paulo. Ed. Paz e Terra. 2002.
17. CHAUÍ, M. (1988). **Janela da alma, Espelho do mundo.** In: Novaes, Adauto(org.) .O olhar. São Paulo:Cia. Das Letras, 1988, p. 58.
18. COSTA, J. F. **O vestígio e a aura: corpo e consumismo na moral do espetáculo.**Rio de Janeiro: Garamond, 2004. pg. 131-183.
19. COELHO, T. **“O imaginário da morte”.** In: NOVAES, Adauto (Org.). Rede Imaginária. Televisão e democracia. São Paulo: Cia. Das Letras, Secretaria Municipal da Cultura, 1991, p. 109-122.
20. DEBORD, G. (1997) **A Sociedade do Espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
21. DEBRAY, R. (1992) **Vida e morte da imagem – Uma história do olhar no Ocidente,**São Paulo: Ed. Vozes, 1993.
22. DEBRAY, R. **Manifestos midiológicos.** Petrópolis: Ed. Vozes, 1995.

23. DELORS, J. & COLS. **Educação um tesouro a descobrir**. Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI. Org. Jacques Delors, 8.a ed., São Paulo: Cortez; Brasília, DF: MEC: UNESCO, 2003, pg.69-101.
24. DOLL, JR., W. E. **Currículo: uma perspectiva pós – moderna**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.
25. DUARTE, N. **Sociedade do Conhecimento ou Sociedade das Ilusões?:** quatro ensaios crítico – dialéticos em filosofia da educação. Campinas, SP:Autores Associados. 2003.
26. FERREIRA, A. B. H. **Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa** / Aurélio Buarque de Holanda Ferreira, 3.a ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.
27. FEUERBACH, in Debord, G. (1997). **A Sociedade do Espetáculo**, Contraponto. 2000.
28. FISCHER, ROSA MARIA BUENO. (2003). **Televisão & Educação: fruir e pensar a TV** – 2.a ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2003.
29. FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. Petrópolis:Vozes, 1977.
30. FREUD, S. (1893-1895). **Estudos sobre a histeria**. . Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Rio de Janeiro : Imago Editora. 1980.
31. FREUD, S. (1905). **Três Ensaio sobre a Teoria da Sexualidade**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. VII Rio de Janeiro : Imago Editora. 1980.
32. FREUD,S.(1900). **A interpretação dos sonhos**. . Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. IV e V. Rio de Janeiro : Imago Editora. 1980.

33. FREUD, S. (1913). **Totem e tabu**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XIII. Rio de Janeiro : Imago Editora. 1980.
34. FREUD, S. (1906). **O método psicanalítico**. Obras Completas de Sigmund Freud. E. S. B. Vol. XII Rio de Janeiro: Imago Ed., 1980.
35. FREUD, S. (1910). **Psicanálise silvestre**. Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XI. Rio de Janeiro: Imago Editora. 1980.
36. FREUD, S. (1910). **A significação antitética das palavras primitivas**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XI. Rio de Janeiro : Imago Ed., 1980.
37. FREUD, S. (1911). **Formulações sobre os dois princípios do funcionamento mental**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XII. . Rio de Janeiro : Imago Ed., 1980. Pg. 277-286.
38. FREUD, S. (1912). **Recomendações aos médicos que exercem a psicanálise**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XI. Rio de Janeiro : Imago Ed., 1980.
39. FREUD, S. (1915). **O Inconsciente**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard. Vol. XIX. Rio de Janeiro : Imago Ed., 1980.
40. FREUD, S (1920). **Além do Princípio do Prazer**. . Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XI. Rio de Janeiro : Imago Ed., 1980.
41. FREUD, S. (1923). **O Ego e o Id**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XIX. Rio de Janeiro: Imago Editora. 1980.
42. FREUD, S. (1924). **O problema econômico do masoquismo**. Obras Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XIX. Rio de Janeiro: Imago Editora. 1980.

43. FREUD, S. (1930). **O mal estar na civilização**. Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Edição Standard Brasileira. Vol. XXI. Rio de Janeiro : Imago Editora. 1980, pg..81-177.
44. HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade: doze lições**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
45. HABERMAS, J. (1984) – **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Ed. Biblioteca Tempo Brasileiro. Rio de Janeiro.
46. JAY, M. **As idéias de Adorno**. São Paulo: Cultrix. 1988.
47. KLEIN, M (1930). **A importância da formação de símbolos no desenvolvimento do ego**. In Amor, culpa e reparação. Obras completas de Melanie Klein. Vol. I – Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996.
48. KLEIN, M. (1945). **O complexo de Édipo à luz das ansiedades arcaicas**. In Amor, culpa e reparação. Obras completas de Melanie Klein. Vol. I – Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996.
49. KLEIN, M. (1952). **Algumas conclusões teóricas relativas à vida emocional do bebê**. In Inveja e Gratidão. Obras completas de Melanie Klein. Vol. III – Rio de Janeiro: Imago Editora, 1996.
50. KUHN, T. **A estrutura das Revoluções Científicas**. 5.a ed. , São Paulo: Editora Perspectiva , 1998.
51. LAPLANCHE, J. (1982). **Vocabulário de Psicanálise/** Laplanche e Pontalis, 3.a Ed., São Paulo, Martins Fontes, 1998.
52. LISONDO, A. B. D. **Na cultura do vazio, patologias do vazio**. IN Revista Brasileira de Psicanálise. Vol. 38, n.2.2004, pg.335-358.
53. MACHADO, A. **A arte do vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

54. MARX, K. in “Os Pensadores” .São Paulo. Ed. Abril. 1978.
55. MCLUHAN, MARSHALL. **“Os meios de comunicação como extensões do homem”**. São Paulo: Cultrix, 1971.
56. MINERBO, M. (2001) **Caciques e índios na sociedade do espetáculo**, Revista Ide n.o 33 Junho de 2001, pg. 8-13.
57. OLÓRTEGUI, M.. F. G. – **“Televisão entre o vazio e a sedução”, Processos de Socialização e Individualização no Espaço Televisivo**. Tese de Doutorado da Escola de Comunicação e Artes da USP – Universidade de S. Paulo. São Paulo. 2000.
58. Orwell, G. 1984. 29.a ed., São Paulo: Companhia das Letras.2004
59. PERES, LEANDRA. Entrevista de Carla Fiorona para Revista Veja, Ed. 1866, ano 37, n. 32, 11 de agosto de 2004.
60. QUINET, A. **Um olhar a mais: ver e ser visto na psicanálise**. Rio de Janeiro : Jorge Zaar Ed. 2002.
61. QUINODOZ, J. M. – **A solidão domesticada: a angústia da separação em psicanálise**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1993.
62. ROSENFELD, H. (1971) **Uma abordagem clínica para a teoria psicanalítica das pulsões de vida e morte: uma investigação dos aspectos agressivos do narcisismo**. In Melanie Klein Hoje: Desenvolvimentos da teoria e da técnica, ed. Elizabeth Bott Spillius; Vol.I, Rio de Janeiro: Imago Ed., 1991, pg. 243-259.
63. ROSSI,C. **Psicanálise e Mídia**. In Revista Brasileira de Psicanálise. XIX. Congresso Brasileiro de Psicanálise. Vol. 37, n.o 2 / 3 . 2003, pg. 815-840.

64. SEGAL, H. (1955). **Notas sobre a formação dos símbolos**. In Melanie Klein Hoje: Desenvolvimento da Teoria e da Técnica, Org. Elizabeth Bott Spillius. Vol.1, Imago Ed. 1991,pgs. 167-184.
65. SILVA, RAFAEL VIEIRA (2002). **“Big Brother : traições à espiritualidade no cotidiano dos reality shows** . Aparecida SP. Ed. Santuário. 2002.
66. TAILLE, YVES DE (2002) – **Limites: três dimensões educacionais**, São Paulo, Ed.Ática, 3.a Edição, 2002.
67. TISHMAN, S., PERKINS,D.N., JAY,E. **A cultura do pensamento na sala de aula**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.
68. TOFFLER, ALVIN. **O choque do futuro**. São Paulo, Ed. Record.1998.
69. TOFFLER, ALVIN___. **A Terceira Onda** . São Paulo, Ed. Record. 2000.
70. WINNICOTT, D. **El papel de espejo de la madre y la familia en el desarrollo del niño** , Buenos Aires: Granica Editor . 1967.

2) JORNAIS E REVISTAS:

1. ARAÚJO, TARSO. Que fim levaram os BBBs ? Revista Contigo, Edição 1490 – Editora Abril, de 08/04/2004. Pg. 104-109.
2. BERNARDES, M. **Entrevista de Roberto Justus** . Revista Caras, Edição 572 – Ano 11, Editora Abril, 22/10/2004. Pgs. 88-92.
1. COSTA, JURANDIR FREIRE. ENTREVISTA à Revista Época. concedida a Roberto Benevides e Zuenir Ventura. Revista Época, Ano I, n.38, 08 de fevereiro de 1999, pg. 32-34

2. DIATKINE, R. **Histórias sem fim** – entrevista a Fábio Altman. Revista Veja, p.7-9, 17 de março, 1993
3. LISONDO, A. B. D. **Na cultura do vazio, patologias do vazio**. IN Revista Brasileira de Psicanálise. Vol. 38, n.2.2004, pg.335-358.
4. LOBO , R. “**A Ética de Fernandinho Beira-Mar**”, publicado na Revista IDE, n.38, dezembro de 2003, pg. 30-37.
5. REIS, LEILA S(20/02/2005) **A TV Falada**. para o Jornal O Estado de São Paulo, no caderno TV & Lazer.
6. SILVA, SERGIO GOMES. **Os reality shows e o esvaziamento do eu**. Revista Viver Psicologia, Ed. Duetto. n.o 134, Ano XII, Março de 2004.
7. SOARES, ANA C. (2004) – **Big fenômeno, big negócio**, Revista Contigo, Ed. Abril, ed. n . 1486,11 2004, pgs. 126-133.
8. SOUZA, MARIA ABIGAIL. “**Psicólogos analisam reality shows**” “O Estado de S. Paulo” Caderno 2 , 02/03/2002, pg. D8.

3) FONTES DE MÍDIA ELETRÔNICA

A) FONTES DA INTERNET

i) Artigos

FELDMAN, ILANA. **Big Brother prepara para a sociedade de controle.** Disponível no site: <<http://pphp.uol.com.br/tropico/html/textos/2537.1shl>>

FRANZOIA, ANA PAULA. **Curiosidade Real.** Entrevista de John de Mol. Para a Revista Época, disponível no site: < <http://epoca.globo.com/edic/20020318/entrevista.htm>> Acessado em 08/03/2005.

KNOPLOCH , CAROL **Vá ler um livro.** Artigo disponível em: <http://www.sitedovestibular.com.br.php?not_id=3827>

LEVINE, DAVID. **“População mundial”**, disponível em: <<http://www.novomilenio.inf.br/porto/mapas/nmpop.htm> > Acesso em 08/03/2005.

MARINHO, A. **Contexto Cultural e Histórico (pós modernismo)**, disponível em <<http://www.avaniemarinho.com.br/posmodernismocontexto.htm>.> (acesso em 08/03/2005).

NASCIMENTO, A. **A história dos reality shows. Partes 1, 2, 3,4 e 5.** Disponível no site: <<http://www.realitycenter.eti.br/show.asp?id=5>. Acessado em 08/10/2003>

ROSA, B. **Um paredão de 75 milhões**, artigo disponível no site: <<http://www.jb.com.br/jb/papel/econ>. > Acessado em 26/03/2005 às 14hs30min.

SCHILLING, VOLTAIRE. (2002). **O Big Brother de Orwell.** Artigo disponível no site: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother.htm> > acessado em 08/03/2005.

SIQUEIRA, H. S. G. **A performance sob uma lógica tecnicista*** Publicado no Jornal "A Razão" em 01/06/2000 , disponível em: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/performance.html>> (acesso em 08/03/2005).

SILVA, C. **Berzoini culpa falha de comunicação por fila de aposentados.** Caderno de Economia. Publicado em 07/11/2003, disponível em: <<http://www.estadao.com.br/economia/noticias/2003/nov/07/83.htm>> (acesso em 08/03/2005).

SOARES, H. **A ação da escola frente a influência da televisão na pós – modernidade.** Artigo disponível no site: < <http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/index.televisa.html>> acessado em 26/03/2005 às 10hs e 25 min.

Cartilha do jovem telespectador – versão do professor. Associação Brasileira de Tecnologia Educacional (ABTE) disponível no site: <<http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21>>

O Brasil desperdiça jovens com doutorado. Matéria do Jornal O Estado de S. Paulo de 09/02/2003 – disponível em :

<http://www2.uol.com.br/aprendiz/guiadeempregos/primeiro/noticias/ge090204.htm#1>

Pesquisa Kiddo's – Latin América Kids Study 2003. Disponível no site:<http://www.andi.org.br/noticias/templates/boletins/template_direto.asp?articleid=3698&zoid=21>

Reality show exhibe candidatos a astros pornôs Artigo disponível em: <<http://sexo.uol.com.br/sexoadulto/noticias/afp/ult244u145.jhtm>> Acessado em 07/10/2004.

VJ. **'BBB5' crava 51 pontos no Ibope.** Disponível em : <http://ofuxico.uol.com.br/noticias/notas_144712.html>. Consultado em 28/01/2005

ii) ENTREVISTAS

HAMBÚRGUER, ESTHER. **Televisão com conteúdo.** Entrevista de concedida a Diogo Dreier para o site: <http://www.educacional.com.br/entrevistas0092.asp>

B) PROGRAMAS DE TV

SCARPA, RODRIGO. **Entrevista concedida ao Programa Gordo a Go Go**, de João Gordo, na MTV (Music Television) no Programa João Gordo exibido em 14/11/2004.

Possíveis candidatos a Big Brothers (Big Broxa) Programa “Casseta e Planeta” na edição de 02/11/2004

Frase Slogan do Programa : “**Prazer em conhece -lo**” “O maior espetáculo para o homem é o próprio homem”. (Programa de entrevistas que é transmitido semanalmente aos domingos pela Rede Vida de Televisão, no horário de 23 horas).

ANEXOS

ANEXO 1. Ficha de Inscrição do BBB5

Recomenda-se o uso de papel A4 para a impressão deste documento. Em outros formatos de papel, a quebra de página poderá acontecer no lugar errado.

Dados Pessoais:

Nome:

Sexo: Idade: / / (dd/mm/aa) Peso: Altura:

Ident.: CPF: Natural de: Estado:

FOTO 5 X 7 : Tel.: Cel.:

E-mail: Endereço:

Cidade: Estado: CEP:

Nome do Pai;

Nome da Mãe:

Questionário

Por favor, leia o regulamento antes de completar este formulário de inscrição. E lembre-se: acima de tudo, **SEJA HONESTO!** Qualquer resposta pode ser verificada para confirmação. Não responda a uma pergunta esperando dar uma resposta que "queremos" ouvir.

Regulamento

Regulamento da inscrição para o processo de seleção dos participantes do Big Brother Brasil V.

1. - Durante o período compreendido entre os dias 01 de setembro de 2004 e 30 de setembro de 2004, a TV Globo Ltda. estará recebendo material para a inscrição de candidatos ao processo de seleção do programa Big Brother Brasil V.
2. - Para a efetivação da inscrição no referido processo de seleção, o candidato deverá aceitar e cumprir as regras do presente Regulamento e realizar os seguintes procedimentos:
 - (i) imprimir o presente Regulamento bem como o questionário contido ao final do mesmo e preenchê-los completamente;
 - (ii) rubricar todas as páginas do questionário e deste Regulamento e assinar no local

indicado para assinatura;

(iii) anexar uma foto no formato 5X7, atualizada e colorida;

(iv) gravar, às suas exclusivas expensas, uma fita VHS normal, contendo, no máximo, 5 (cinco) minutos de gravação de sua imagem e voz com conteúdo a ser livremente definido pelo próprio candidato. Não serão aceitas gravações realizadas em outro tipo de fita.

2.1. - Após realizar os procedimentos descritos acima, o candidato deverá encaminhar todo o material descrito nos itens (i), (ii), (iii) e (iv) acima à Caixa Postal nº 70.604, CEP: 22741-970, exclusivamente em envelope tipo A4 ou em caixa cujas dimensões sejam exatamente 20x14x7cm. No envelope ou na caixa, conforme o caso, deverão constar o nome do candidato, sua idade, a Cidade onde mora e a profissão.

3. - Somente serão aceitas inscrições de candidatos:

(i) maiores de 18 (dezoito) anos;

(ii) que tenham sido postadas, impreterivelmente, até o dia 30 de setembro de 2004;

(iii) residentes no território brasileiro (caso sejam estrangeiros, deverão comprovar a regularidade/legalidade de sua permanência no país).

4. - Somente será aceita uma inscrição por candidato/ cupom/ ficha.

5. - Fica desde já esclarecido que a TV Globo (ou terceiros por ela autorizados), poderá livremente utilizar as imagens e/ ou sons contidos nas fitas VHS encaminhadas pelos candidatos, transmitindo-os através de televisão de qualquer espécie (televisão aberta ou televisão por assinatura, através de qualquer das suas modalidades), divulgando-os através de mídia impressa, bem como disseminando-os através da Internet. Qualquer utilização a ser dada às imagens, pela TV Globo ou terceiros por ela autorizados, não tem limitação de tempo ou número de vezes, podendo ocorrer no Brasil ou exterior, sem que seja devida, pela TV Globo ao candidato, qualquer indenização ou remuneração.

6. - Qualquer material encaminhado pelo candidato não será devolvido pela TV Globo, que poderá dar-lhes qualquer destinação, a seu exclusivo critério, podendo, inclusive, destruí-los.

7. - O candidato deverá manter o mais absoluto sigilo com relação a qualquer informação recebida.

8. - O banco de dados gerado em função das inscrições será de inteira propriedade da TV Globo, que poderá utilizá-lo sem qualquer ônus, para fins lícitos, da forma que melhor lhe aprouver.

9. - Não poderão participar da seleção os funcionários das empresas das Organizações Globo, seus prestadores de serviços, bem como seus parentes até terceiro grau.

5. Qual seu Estado Civil/ Relacionamento (marque uma opção e responda às perguntas quando for o caso):

Solteiro(a) - sem namorado(a).

Namorado(a) - Há quanto tempo?

Casado(a) - Há quanto tempo? - Quantas vezes?

Vive junto com companheira(o) - Há quanto tempo?

Separado(a) - Há quanto tempo?

Divorciado(a) - Há quanto tempo? - Quantas vezes?

Viúvo(a) - Há quanto tempo?

Divorciado(a) - Há quanto tempo? - Quantas vezes?

Viúvo(a) - Há quanto tempo?

5.1. Se você é casado(a) ou tem um relacionamento, como você classificaria seu relacionamento numa escala de 1 a 10? Por favor, explique. NOTA:
EXPLIQUE:

5.2. Se você é casado(a) ou tem um relacionamento, como seu parceiro(a) encara a possível separação de 3 meses?

5.3. Você já teve um relacionamento e terminou? Se já, indique qual foi, quanto tempo durou, porque terminou, nome, telefone e endereço dessa pessoa e qual é o seu relacionamento com ela(e) atualmente. Todos os relacionamentos são importantes para esse questionário, não deixe de indicar nenhum deles!

RELACIONAMENTO: NAMORO CASAMENTO

TEMPO: ANO: INÍCIO FIM

POR QUE TERMINOU?:

Nome:

Endereço:

Cidade:

Estado:

Cep:

RELACIONAMENTO ATUAL: ÓTIMO BOM RUIM PÉSSIMO

RELACIONAMENTO: NAMORO CASAMENTO

TEMPO: ANO: INÍCIO FIM

POR QUE TERMINOU?:

Nome:

Endereço:

Cidade: Estado: Cep:

RELACIONAMENTO ATUAL: ÓTIMO BOM RUIM PÉSSIMO

RELACIONAMENTO: NAMORO CASAMENTO

TEMPO: ANO: INÍCIO FIM

POR QUE TERMINOU?:

Nome:

Endereço:

Cidade: Estado: Cep:

RELACIONAMENTO ATUAL: ÓTIMO BOM RUIM PÉSSIMO

6. Qual o seu nível máximo de escolaridade (marque um)?

Sem escolaridade

1º Grau incompleto 1º Grau completo

2º Grau incompleto 2º Grau completo

Superior incompleto Superior completo

Pós-Graduação Mestrado

Doutorado

7. Que escola(s) e faculdade(s) você frequentou e qual é o curso (indique cidade e estado)?

8. Você é filiado a algum sindicato/ associação de artistas?
9. Você tem alguma aspiração a ser ator, cantor ou apresentador? Se sim, descreva seus desejos e objetivos:
10. Você já foi preso(a)? Se sim, fale sobre isso (inclua datas, cidade e estado):
11. Você já foi acusado(a) de algum crime? Se sim, fale sobre isso (inclua datas, cidade e estado):
12. Você já foi condenado(a) por algum crime? Se sim, fale sobre isso (inclua datas, cidade e estado):
13. Você já foi processado(a) judicialmente? Se sim, fale sobre isso (inclua datas, cidade e estado):
14. Você já processou judicialmente alguém? Se sim, fale sobre isso (inclua datas, cidade e estado):
15. Você está envolvido(a) em algum litígio judicial/ processo pendente? Se sim, fale sobre isso (inclua datas, cidade e estado):

SEÇÃO 2: Família e estilo de vida

16. Você tem filhos? Se sim, liste seus nomes e idades.
17. Independentemente de seu estado civil, descreva seu par romântico ideal.
18. Descreva seu relacionamento com a sua mãe.
19. Descreva seu relacionamento com o seu pai.
20. Qual a sua ocupação atual?
21. Você é estudante? Se sim, fale sobre o seu curso.

22. Qual é o seu prato preferido?
23. Você fuma? Se sim, o que você fuma e com que frequência? Diga a sua marca favorita e quantos cigarros fuma por dia.
24. Você bebe bebidas alcoólicas? Se sim, diga quanto e com que frequência.
25. Com que frequência você fica bêbado(a)? Qual o seu comportamento quando fica bêbado(a)?
26. Qual é a sua opinião sobre religião?
27. A política é importante para você?
28. Você teve ocupações particularmente interessantes no passado? Descreva-as.
29. Você tem animais de estimação? Se sim, liste seus nomes e tipos:
30. Você é vegetariano(a)? Tem alguma restrição alimentar? (alergias, religiosa, etc).
31. Você já dividiu moradia com alguém?
32. Qual é o seu programa de TV favorito?
33. Você tem algum parente ou amigo que trabalha em algum veículo de comunicação? Que tipo de afinidade, qual veículo e cargo ?
34. Você já participou de algum programa de televisão? Qual, quando (ano e mês) e como?
35. Qual é o seu filme favorito?
36. Qual é o seu estilo musical preferido?
37. Que revistas você lê?
38. Você é associado ou filiado a alguma organização?
39. Você tem alguma arte no corpo (tatuagens, piercings, etc)? Se sim, descreva-as e informe onde ficam.

40. Qual é o seu esporte favorito para praticar? E para assistir?

SEÇÃO 3: Médico e Psicológico

41. Você recebeu tratamento por alguma doença física ou mental séria nos últimos três anos? (marque uma opção) . SIM NÃO

42. Se respondeu "sim" à pergunta anterior, descreva com detalhes, indicando datas, diagnósticos e quaisquer tratamentos ou dificuldades subseqüentes.

43. Liste suas alergias (remédios, alimentos, poeira, etc) e seu tratamento atual para elas (se houver).

44. Você já foi diagnosticado ou recebeu tratamento por alcoolismo ou algum vício de drogas? Se sim, descreva com detalhes, inclusive quanto tempo esteve em tratamento, se for o caso.

45. Você tem um tipo de humor? Com que frequência você perde o humor? O que o provoca?

46. Como você lida com a raiva?

47. Como você lida com alguém que o intimida?

48. Quando foi a última vez em que você bateu, socou, chutou ou atirou alguma coisa com raiva? Por favor, detalhe.

49. Liste três adjetivos que melhor descrevem você:

50. Se você pudesse ocupar algum cargo político, qual seria e por quê?

51. Qual a sua realização da qual mais se orgulha?

52. Descreva o seu dia perfeito:

53. Quem é seu herói e por quê?
54. Liste três itens que você levaria para a casa do "Big Brother" se fosse permitido. Por quê?
55. Você já esteve numa praia de nudismo? Se sim, como foi?
56. Complete a frase: "Minha motivação de vida é..."
57. O que você faria se o "Big Brother" o tornasse famoso?
58. Que tipo de pessoas você escolheria para conviver na casa do "Big Brother"?
59. Que tipo de pessoas você NÃO escolheria para conviver com você na casa do "Big Brother"?
60. O que o irritaria ao conviver numa casa com outras 14 pessoas?
61. O que você acha que seria a parte mais difícil numa convivência na casa do "Big Brother"? Explique.
62. De que participante dos "Big Brother" anteriores você mais gostou? E aquele de que você menos gostou? Explique.
63. Você tem uma estratégia para vencer o "Big Brother"?
64. Além do prêmio em dinheiro, o que você espera ganhar ao vencer o "Big Brother"?
65. Há algo mais que você gostaria de nos dizer sobre você mesmo e por que você seria um grande participante do "Big Brother"? Tente se diferenciar e seja criativo!

Obs: Você precisa rubricar TODAS as páginas impressas.

ATENÇÃO

Atenção: a TV Globo e a Globo.com não enviarão qualquer informação sobre as inscrições do Big Brother Brasil 5 por e-mail. Tenha cuidado com as falsas mensagens que circulam pela internet. Todas as informações sobre o programa estão aqui, no site oficial. Caso você seja escolhido, o contato será feito por uma pessoa responsável pela produção do programa, utilizando um dos seus telefones de contato indicado na inscrição.

ANEXO 2

CARTILHA DO JOVEM TELESPECTADOR – VERSÃO DO PROFESSOR¹⁴

Célia Marques (coordenadora), Eloísa Carneiro e Sônia Thorstensen.

Orientações para o professor

Você certamente é um telespectador como a maioria das pessoas que conhecemos. Seus alunos também são telespectadores. A diferença entre você e seus alunos é que cabe a você ensinar a eles a se tornarem telespectadores conscientes, ou seja, capazes de distinguir o que é bom e o que é ruim na televisão. O que é bom aproveitamos para viver melhor, e o que é ruim devemos descartar porque não nos enriquece em nada.

Como podemos nos tornar telespectadores conscientes?

Nós do grupo TVer estamos estudando essa questão e chegamos a algumas conclusões. Veja se você concorda com elas. Nós achamos que a televisão tem muitas coisas boas ou positivas. Por exemplo:

TV ensina.

Ela mostra pessoas e lugares diferentes que não conhecemos. Com isso, abre novos horizontes e nos faz pensar em coisas que não pensaríamos sem ela. E, como você sabe, pensar é o que nos caracteriza como seres humanos. Então, quanto mais pudermos pensar, melhor. Você também sabe que sua principal tarefa como professor é ensinar seus alunos a pensar. O que estamos propondo fazer juntos é "pensar a televisão". E, depois de pensar, podemos ter uma visão mais crítica da televisão.

TV diverte.

Muitas vezes ligamos a TV só para nos distrairmos, para descansar e relaxar um pouco. Para isso existem programas humorísticos, novelas, esportes, filmes, etc.

A TV informa.

Os telejornais são o meio mais rápido de sabermos o que se passa no nosso país e no mundo. Uma das formas de nos mantermos atualizados é assistindo regularmente aos telejornais.

Que outras coisas boas você acha que a televisão nos traz? Procure fazer uma relação e nos envie, pois assim poderemos fazer uma grande lista que reflita a opinião de

¹⁴ Fonte: http://www.multirio.rj.gov.br/seculo21/texto_link.asp?cod_link=957&cod_chave=469&letra=a
acessado em 25/03/2005 às 15hs e 20 min.

muita gente. E o que a TV nos apresenta de ruim? Nós do grupo TVer achamos que a televisão traz muita coisa que não é boa nem útil. Por exemplo:

Violência.

Com tantas cenas de violência, podemos inferir que o único jeito de se resolver os problemas é dando murros, explodindo, matando, como se não existisse o diálogo, a persuasão, a negociação, a compreensão do outro. O uso da violência é a forma ignorante de resolver uma questão. Por outro lado, dialogar, convencer pelo diálogo é para quem é capaz de pensar. Estamos muito assustados com o aumento da violência e preocupados com a possibilidade de estar a televisão ensinando os jovens a serem violentos.

Sexo.

A TV mostra um excesso de cenas de sexo, de modo a evidenciar a banalização da sexualidade; é como se o sexo fosse uma coisa banal, sem maiores significados e conseqüências. Muitas vezes a televisão mostra a mulher usada como objeto descartável, você já percebeu? É importante lembrar que o sexo deve ser praticado com responsabilidade. Do contrário, traz conseqüências graves como, por exemplo, uma gravidez indesejada ou a contaminação de doenças como Aids, gonorréia, sífilis, herpes, papiloma vírus, etc.

A TV apenas mostra que é bom fazer sexo e pronto. E as conseqüências? Quem vai ensinar aos jovens que a responsabilidade é fundamental. Nós do grupo TVer pensamos que pais e professores devem ensinar os jovens a lidar com a sexualidade. A TV não pode jogar dentro de nossas casas o que bem entende. Não podemos ficar quietos recebendo o "lixo" televisivo. Temos de fazer valer nossos direitos de telespectadores. A televisão é uma concessão do governo, portanto pertence ao povo e não aos que se julgam "donos" dos canais de TV. Se os programas exibidos não fazem bem, não ajudam as pessoas, ensinam coisas erradas, devemos reclamar, dar opinião, escrever ao Ministério da Justiça, para os próprios canais de TV, para os patrocinadores, para o grupo TVer. Não sejamos passivos. Se você acha algo errado na TV, reclame, ensine seus alunos a reclamar, a reivindicar seus direitos de telespectador.

Consumismo.

A televisão vive da renda dos anúncios. Ela faz propaganda de produtos e ganha muito dinheiro com isso. Quem paga os anúncios são os patrocinadores do programa em que o anúncio aparece. Por isso os anúncios são cada vez mais bonitos e atraentes. Mas isso leva a dois problemas. Um deles é que muitos anúncios são enganosos pois apresentam um produto como se ele fosse transformar a vida das pessoas, tornando-as jovens, felizes, ricas e poderosas, e isso é uma mentira, uma ilusão. E essa mentira leva as pessoas ao consumismo, a comprar tudo o que é anunciado. Outro problema é que o Brasil é um país com grandes diferenças entre pobres e ricos e muita gente com falta de dinheiro. Se a pessoa não estiver bem informada sobre essas verdades e não reconhecer que a propaganda é que enriquece as TVs, essa pessoa pode se sentir infeliz e frustrada por não poder comprar tudo o que é anunciado. E o que é mais grave: pode até tentar conseguir dinheiro

por meio da violência, da delinqüência. Nossos altos índices de criminalidade podem ter algo a ver com o aumento do consumismo.

Escravidão do lazer.

A TV acaba por impedir outras formas de lazer que seriam muito úteis e agradáveis, tais como fazer exercícios, conversar, ler, fazer trabalhos manuais, brincar, praticar esportes, etc. Como tudo na vida, a televisão deve ser vista na dose certa e na hora certa. Ser viciado em televisão é um empobrecimento mental e uma limitação em relação a coisas importantes que a vida pode nos oferecer. Você já pensou nisso?

Que outras coisas você acha que a TV tem de ruim? Mande sua opinião para nós. E você sabe como poderá ajudar seus alunos a serem telespectadores conscientes? É bom lembrar que é preciso ajudá-los a ver TV com espírito crítico. Isto quer dizer que precisam distinguir o que é bom do que é ruim na TV e saibam rejeitar o programa ruim mediante não audiência e manifestação do seu protesto, única forma de combate ao lixo televisivo.

Professor, se você adotar essas atividades, seus alunos poderão se tornar telespectadores conscientes, como já foi dito. Tirarão maior proveito do que virem, reagirão melhor àquilo que os agride e poderão até promover mudanças na programação. Hoje costuma-se dar força à opinião do consumidor.

Atividade 1

Peça a seus alunos que selecionem as três propagandas preferidas e três das que não gostam. Inicie uma discussão. É provável que haja coincidência nas escolhas. Vá registrando os aspectos favoráveis e desfavoráveis considerados. Faça os alunos perceberem que aspectos diferentes foram levantados para um mesmo produto. Por exemplo: preço, utilidade, uso, novidade, etc. Poderá acontecer que um comercial que atrai alguns alunos pode provocar rejeição a outros.

O mesmo deverá ser feito com os comerciais que foram reprovados pelos alunos. Poderão notar que a propaganda é enganosa, o som é alto ou desagradável, pode ser que haja agressão aos valores do grupo, etc.

À medida que essa atividade for realizada (e convém não fazê-la repetidamente, mas alternada com outras sugeridas adiante), os alunos vão desenvolvendo uma visão mais crítica e vão se tornando mais observadores. Aproveite para, após as discussões, alertá-los para o fato de que estão adquirindo uma atitude participante e que eles já não são indivíduos passivos, indiferentes ao que lhes é apresentado.

Atividade 2

Convide os alunos a assistirem a um telejornal preferido e que destaquem:

- ❖ a notícia de maior repercussão;
- ❖ a que tratou de algo totalmente desconhecido;
- ❖ a notícia sem importância, dispensável, etc.

Vamos considerar algum conflito em alguma parte do mundo. Você pode começar por situar geograficamente o local. A seguir, os alunos pesquisam forma de governo, comparando-o com o nosso. Os alunos deverão analisar interesses internos e externos do conflito, aspectos econômicos, religiosos, políticos, e assim por diante. Com esta prática, os alunos vão percebendo que o fato real não se limita ao que é mostrado na televisão. Vão também descobrir que quanto maior for o conhecimento, quanto mais informações tiver o telespectador, maior e melhor será a compreensão do fato noticiado e maior a capacidade de interpretação do mesmo.

Atividade 3

Da novela de maior audiência, destaque uma cena recente e discuta com os alunos a sua veracidade, adequação aos costumes e hábitos. Considere os aspectos positivos e negativos em relação aos personagens e em relação ao público telespectador. Levante questões relacionadas com a constituição da família, questões sociais e éticas.

Aproveite para sugerir redações como: "Por que a novela me distrai?" ou "Escreva a cena com um desfecho diferente do que você viu". Explique as vantagens e desvantagens da sua versão." Neste caso, o aluno estará desenvolvendo sua criatividade, bem como seu exercício de crítica.

Atividade 4

Escolha um programa de auditório. Divida a classe em dois grupos: um justificará as vantagens que o telespectador pode ter com o programa e o outro grupo atacará as questões polêmicas. A disputa pode ter como solução do impasse (se for o caso) uma entrevista com pessoa de projeção no meio, se possível sugerida ou convidada com a participação dos alunos.

Atividade 5

Converse com os alunos para identificar os documentários ou filmes que costumam ver na televisão. Promova uma discussão a respeito dos aspectos relacionados a:

- Natureza do programa (ficção pura, ficção baseada na realidade, grau de fidelidade, etc.);
- Público a que se destina, características;
- Horário;

- O que apresenta de positivo ou útil;
- O que apresenta de negativo ou inútil, etc.

Caro professor, você está convivendo com seus alunos, tendo a possibilidade de saber o que eles vêem, o que preferem, o que não vêem e o que deveriam ver. Aproveite todas as oportunidades para permitir que os alunos analisem esse poderoso meio de comunicação que é a televisão. Só assim eles serão iniciados nesse aprendizado tão necessário nos dias atuais: Formação de Atitudes Conscientes e Produtivas em Relação ao Meio Televisivo.

Desejando manter um constante aperfeiçoamento do nosso trabalho, esperamos que você envie seus comentários, contribuições e sugestões para a ABT (Associação Brasileira de Tecnologia Educacional) e para o TVer.

Esta Cartilha foi publicada originalmente pela Associação Brasileira de Tecnologia Educacional (ABT), presidida por Walter Esteves e com direção técnico-pedagógica de Ana Maria Portes da Silveira Lobo. Contatos: 21 2553 2123 ou pelo e-mail abt@domain.com.br.

O TVer e a ABT autorizam a impressão e utilização da versão eletrônica da Cartilha, publicada neste site, desde que para fins estritamente pedagógicos e não lucrativos. e estritamente pedagógicos.

*Atividade extraída do site da ONG TVer

© MULTIRIO 1995-2006

Permitida a reprodução para fins educativos e de informação, com indicação da autoria da matéria e do site da
MULTIRIO,

vedada qualquer utilização comercial ou com fins lucrativos.

Problemas com este site, entrar em contato com o webmaster.

LISTA DE FIGURAS:

Fig. 1 - **Foto do Hotel Bellagio de Las Vegas.** Disponível no site: http://images.google.com.br/images?q=Bellagio%20Las%20Vegas&hl=pt-BR&lr=lang_pt&sa=N&tab=wi pg. 41.

Fig. 1 A – Logotipo da Campanha “Desligue a TV e vá ler um livro”, da MTV, disponível no site: www.mtv.com.br pg. 53.

Fig. 2 - **Vês uma senhora ou uma moça?** Disponível no site:

<http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>> pg. 77.

Fig. 3 - **Perfis e Taças de Rubin.** Disponível no site:

<http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>> pg. 78.

Fig. 4. - **Consegues ver uma mulher deitada nesta gravura?** Disponível no site:

<http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>> pg.79.

Fig. 5 - **ÁRVORE E ROSTOS.** Disponível no site: < <http://www.eb23-guifoes.rcts.pt/NetMate/sitio/curiosidades/imagens-interessantes-1.htm#mais>> pg.80.

Fig. 6 - **MODELO SENTADO DE PERFIL. GEORGES SEURAUT** (1887)

Disponível no site: <http://www.artcyclopedia.com/artists/seurat_georges.html> pg.83.

Fig. 7 – **O Grande Irmão está vendo você.** Gravura disponível em:

<<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 114.

Fig. 8 - **O olho totalitário tudo vê** (do Big Brother) disponível no site:
<<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 115.

Fig. 9 - **George Orwell (1903-1950)** disponível no site:
<<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 116.

Fig. 10 - **Capa do livro Revolução dos Bichos** disponível no site:
<<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 118.

Fig. 11 - **Construindo a docilidade pela Medicina** disponível no site:
<<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 119.

Fig. 12 - **O sombrio mundo das massas dominadas pelo Grande Irmão**, disponível no site: <<http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 121.

Fig. 13 - **Visão alegórica do mundo controlado pelo Grande Irmão** (tela de Carlos Carreiro) disponível no site:
< <http://educaterra.terra.com.br/voltaire/politica/bigbrother2.htm>> pg. 122.

Fig. 14 - **Mapa mostrando alguns países que veiculam o programa Big Brother**.
Fonte. Revista Contigo. 11 de março de 2004, Ed.n. 1486. Ed. Abril. São Paulo. Pg. 123.

Fig. 15 - **Planta da casa do Big Brother Brasil 4** disponível em:
<<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 126.

Fig.16 - **Sala de Jantar da edição 4** disponível em: disponível em:
<<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 127.

Fig.17 - **Sala de Jantar da edição 5** disponível em: <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 127.

Fig.18 – **Banheiro da edição 4** disponível em: < [http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html)> pg. 127.

Fig.19 – **Banheiro da edição 5** disponível em: <[http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html)> pg. 127.

Fig.20 – **Quarto de dormir maior (BBB 4)** disponível em: <[http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html) > pg. 128.

Fig.21 – **Quarto de dormir Zen (BBB 5)** disponível em: <[http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html)> pg. 128.

Fig.22 - **Sala de Estar (BBB 4)** disponível em: <[http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html) > pg. 128.

Fig. 23- **Sala de Estar (BBB 5)** disponível em: [http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html) pg. 128.

Fig.24 - **Quarto do Líder (BBB 4)** disponível em: < [http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html) > pg. 129.

Fig.25 - **Quarto do Líder (BBB 5)** disponível em: <[http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html)> pg. 129.

Fig.26 - **Confessionário (BBB4)** disponível em: <[http://bbb.globo.com/BBB5/0, 24118, BSW3-4049-30,00. html](http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html)> pg. 129.

Fig. 27- **Confessionário (BBB5)** disponível em: <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 129.

Fig.28 – **Piscina (BBB 4)** disponível em : <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> Pg. 129.

Fig. 29– **Piscina (BBB 5)** disponível em : <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 129.

Fig. 30- **Sala de Musculação (BBB 4)** disponível em: <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 130.

Fig.31 – **Sala de Musculação (BBB 5)** disponível em: <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 130.

Fig. 32- **Gazebo e Jardim (BBB 4)** disponível em: <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 130.

Fig.33- **Futton (BBB 5)** disponível em: <<http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 129.

Fig.34 – **Ofurô (BBB 4)** disponível em: < <http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>> pg. 131.

Fig.35 – **Hidromassagem (BBB 5)** disponível em: <http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00>.:< <http://bbb.globo.com/BBB5/0,24118,BSW3-4049-30,00.html>>
Pg. 131.

Fig. 36 - **Produtos comercializados com a marca BBB** disponível *Revista Contigo. 11 de março de 2004. Ed. 1486. Editora Abril.*