

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

Carlos Nazareno Ferreira Borges¹
Renan Santos Furtado²

Resumo

O texto que ora se apresenta é resultado de um estudo de reflexão filosófica e que problematiza um tipo de programa televisivo na perspectiva de usos de técnica de instrumentalização da Indústria Cultural. As análises partem de estudos anteriores realizados a respeito de programas denominados de *reality shows*, tomando um deles como objeto de atenção, o Programa Big Brother Brasil. Os estudos originais são de caráter qualitativo, com dados coletados por meio de entrevistas a analisadas pela técnica de análise de conteúdo de Bardin, acrescidos com a reflexão filosófica mais recente das contribuições de Adorno e Horkheimer. A principal intenção é discutir a ideia de jogo existente no programa, e de como essa ideia é utilizada na perspectiva de Indústria cultural apresentada por Adorno e Horkheimer de acordo com interesses de quem a transmite. Problematiza-se que a escola é a agência que pode se contrapor à ideia disseminada pelo programa, uma vez que o jogo é conteúdo universal a ser aprendido e vivenciado em perspectiva educacional e, no caso de nossa discussão teórica, isso pode ser realizado na perspectiva de emancipação.

Palavras-chave: Indústria Cultural. Reality Show. Jogo. Educação. Emancipação.

¹ Doutor em Educação Física (UGF/RJ). Professor Titular no ICED-Universidade Federal do Pará.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1908-3315>

E-mail: cnazareno@ufpa.br

² Doutorando em Educação (PPGED-UFPA). Professor da Escola de Aplicação da Universidade Federal do Pará. ORCID.

<https://orcid.org/0000-0001-7871-2030>

E-mail: renanfurtado@ufpa.br

The relationship between cultural industry and education based on a reality show

*Carlos Nazareno Ferreira Borges
Renan Santos Furtado*

Abstract

This text is the result of a philosophical reflection that problematizes a type of television program in the perspective of the Cultural Industry usages of the instrumentalization technique. The analyzes are based on previous studies carried out on programs called reality shows, taking one of them as the object of attention, the Big Brother Brazil Program. The original studies are of a qualitative nature, with data collected through interviews and analyzed using Bardin's content analysis technique, added to the most recent philosophical reflection on the contributions of Adorno and Horkheimer. The main intention is to discuss the idea of game existing in the program, and how this idea is used in the perspective of Cultural Industry presented by Adorno and Horkheimer according to the interests of those who transmit it. It is problematized that the school is the agency that can oppose the idea disseminated by the program, since the game is a universal content to be learned and experienced in an educational perspective and, in the case of our theoretical discussion, this can be done in the perspective of emancipation.

Keywords: Cultural Industry. Reality Show. Game. Education. Emancipation.

La relación entre industria cultural y educación a partir de un reality show

*Carlos Nazareno Ferreira Borges
Renan Santos Furtado*

Resumen

El texto que ahora se presenta es el resultado de un estudio de reflexión filosófica y que problematiza un tipo de programa de televisión desde la perspectiva de los usos de la técnica de instrumentalización de la Industria Cultural. Los análisis se basan en estudios previos realizados en programas denominados reality shows, tomando como objeto de atención uno de ellos, el Programa Gran Hermano Brasil. Los estudios originales son de carácter cualitativo, con datos recogidos a través de entrevistas y analizados mediante la técnica de análisis de contenido de Bardin, sumado a la reflexión filosófica más reciente de las aportaciones de Adorno y Horkheimer. La intención principal es discutir la idea de juego existente en el programa, y cómo se utiliza esta idea en la perspectiva de Industria Cultural presentada por Adorno y Horkheimer según los intereses de quienes la transmiten. Se problematiza que la escuela es la agencia que puede oponerse a la idea difundida por el programa, ya que el juego es un contenido universal para ser aprendido y vivido en una perspectiva educativa y, en el caso de nuestra discusión teórica, esto se puede hacer en la perspectiva de la emancipación.

Palabras clave: Industria cultural. Reality show. Juego. Educación. Emancipación.

Introdução

No início da década demarcada pelo ano 2000, registra-se nos canais de televisão (TV) aberta do Brasil³ a inauguração de uma tipologia de programas denominados de *Reality Shows*. Esses programas que já apresentavam desde o final da década de 90 do século passado grande sucesso em canais internacionais de TV, constituem-se até hoje como marcas sob propriedade de grandes produtoras sediadas em países de alto poderio econômico. Entre os que mais se destacaram no Brasil e permanece ainda em exibição por 22 edições está o *Big Brother Brasil* (BBB),⁴ cuja propriedade de direitos é da empresa holandesa *Endemol*, com sede também no Brasil, e que concede direitos de uso da marca mediante acordos comerciais à empresa brasileira Rede Globo de Televisão.

Logo nas primeiras edições do BBB, fizemos reflexões sobre impactos do programa, relacionando-os com a educação (BORGES, 2003a, 2003b, 2004, 2007). Em geral as reflexões se baseavam na problematização do que víamos em comum entre os *reality shows*, e que constantemente era anunciado no BBB, qual seja, de que se tratava de um jogo. Dessa forma, passamos a discutir a possível subversão do entendimento de jogo perpassado pelo programa, cuja ideia de competição pelo prêmio (que inicialmente era de R\$500.000,00 e que na 22ª edição já é de R\$1.500.000,00), ainda que regida por regras, justificaria atitudes que poderiam ser contestadas moralmente, mesmo que não proibidas por regras. Nesse sentido, as atitudes dos participantes, se não contrárias as regras, seriam julgadas pelo público, o qual pelo voto promoveria ou eliminaria candidatos até que restasse apenas o vencedor final. À medida que os anos se passaram, o envolvimento do público e eventual julgamento moral passou a invadir as redes sociais, constituindo-se em um fenômeno midiático.

O estudo inicial que deu origem às nossas reflexões foi de caráter qualitativo (RICHARDSON, 1999), pelo qual durante três anos entrevistamos professores/as e estudantes de escolas nos estados do Rio de Janeiro e Minas Gerais. O direcionamento do roteiro de entrevistas focalizava o programa BBB e as vivências com o jogo, dentro e fora da escola, sendo as respostas analisadas segundo o modelo de análise de conteúdo proposto por Bardin (2016). O acréscimo mais atual às análises se deu exatamente em refletir filosoficamente nossos achados anteriores na pesquisa, à luz das contribuições ora mencionadas de Adorno e Horkheimer.

³ O programa 'No limite' se configurou um programa de grande impacto no ano 2000 na televisão brasileira e, embora não tenha se estendido tanto tempo quantos outros *Reality Shows* mais contemporâneos, teve o efeito de despertar o público para esse tipo de programa. Talvez o caráter de inaugurador no Brasil seja motivo para ser retomado duas décadas depois e entrar na agenda de interesses de uma grande emissora.

⁴ A primeira edição do BBB ocorreu no ano de 2002. O sucesso de audiência foi tão grande que no mesmo ano foram realizadas duas edições. Ver <https://www.publico.pt/2002/01/30/jornal/big-brother-e-a-grande-aposta-da-rede-globo-166902> Acesso em 05 de janeiro de 2021.

BORGES; FURTADO.

O desdobramento de nossas reflexões iniciais se deteve em mostrar evidências que sustentassem nossa hipótese de subversão da ideia de jogo e problematizar que, caso assim o fosse, que instituição teria tanta força quanto a TV para propor uma ideia diferente a respeito do jogo? Nossa resposta era e continua sendo a escola, porém, já detectávamos os problemas para que a escola assim operasse, em razão das dificuldades identificadas de tratamento do conteúdo jogo nas escolas, em geral, utilizado mais como metodologia do que ensinado como conteúdo (FURTADO; BORGES, 2019).

Justificado no debate contínuo que ainda permanece sobre questões relacionadas ao BBB e às influências midiáticas sobre a educação, no presente texto pretendemos estender nossas reflexões iniciais a partir de um diálogo com escritos de Adorno assim como com os escritos desse filósofo em parceria com Horkheimer, ambos pertencentes ao Instituto para Pesquisa Social de Frankfurt.⁵ A intenção é demonstrar que o BBB é uma manifestação concreta da Indústria Cultural (IC) e que, segundo argumento que ratificaremos, dissemina uma ideia perversa de jogo como uma prática humana cujo caráter da competição, mesmo regida por regras, justifica a ação dos sujeitos, de modo especial quando as ações não estão regidas pelas regras.

Uma leitura possível do que afirmamos acima a respeito do jogo no BBB é a de que, se houver algo que não está proibido, está permitido. O objetivo da IC, como já anunciavam os filósofos alemães, é a dominação, baseada na atrofia da imaginação e da espontaneidade (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) que mantenha, nesse caso, os telespectadores sob a égide do sistema social vigente. Com esse pressuposto, argumentaremos também que a educação escolar, pela própria função social da escola, tem a possibilidade de ofertar alternativa de concepção de jogo e, se assim agir, cumpre a função de educação emancipadora capaz de produzir uma consciência verdadeira como suposta por Adorno (2008; 2009).

Para dar conta da tarefa, estruturaremos o texto em duas partes: na primeira apresentaremos brevemente o programa BBB, com ênfase em mostrar os elementos de jogo que o programa apresenta e sua identificação como representação da IC; na segunda parte, faremos diálogo com Adorno, utilizando também seu escrito com Horkheimer, para argumentar que da forma como o programa se apresenta, desenvolve uma perspectiva de formação para o jogo contrária aos interesses de um perfil de sociedade emancipada, e que tal perspectiva pode e deve ser desconstruída pela escola a partir de sua função de propor educação para a emancipação. Por último, faremos considerações pontuais que articulem a relação entre a educação e a IC com o BBB.

⁵ É a denominação oficial para a chamada ‘escola de Frankfurt’, com fundação em 22 de junho de 1924, que se tornou conhecida pela busca do desenvolvimento de ‘uma teoria crítica da sociedade’. Ver os estudos de Abromeit (2017).

Desenvolvimento BBB, jogo e Indústria Cultural

As seguidas edições do BBB não chegam a ter grandes alterações, apenas algumas novidades entre uma e outra para que atraia a atenção do grande público. A maior parte da estrutura do Programa que passamos a descrever, foi apresentada nos estudos de Borges (2003; 2004; 2007); Minerbo (2007); Jablonski e Lazary (2007), entre outros. Em geral o BBB é um “*reality show*” cuja proposta é transmitir ao grande público a convivência cotidiana de pessoas como um grupo social no interior de uma casa. Há um determinado número de participantes (na edição de 2022 foi de 22 pessoas), que entram na casa para permanecer por um determinado número de semanas e, esse tempo de permanência, dependerá de um sistema de regras que determina a continuidade ou a eliminação do “jogo” a cada semana. As pessoas na casa ficam isoladas do mundo exterior, sem notícias e sem contatos por meios de comunicação. Durante todo o tempo, os participantes são monitorados vinte e quatro horas ao dia por um sistema de câmeras e microfones. Dessa forma, tanto fatos íntimos como grupais são acompanhados pelo grande público, o qual pode ter acesso às filmagens por meio de um sistema pago, chamado de *Pay per view*, ou assistir a edições diárias apresentadas pelo canal de TV aberta em determinado horário de sua grade de programação.

Dentre os diversos programas deste estilo, o BBB se destacou por se tornar uma receita de sucesso em vários países, vindo a se constituir praticamente em uma rede internacional do gênero. Como já pudemos comentar, o *reality* em tela se anuncia como um grande jogo, dentro do qual há uma série de outros jogos, muitas das vezes denominados de provas, tais como: prova do líder, prova do anjo, prova da comida, prova bate-volta (salva da eliminação na semana), entre outras, mencionadas ao longo do texto. Enquanto jogo, é mediado por regras, dentre as quais destacamos a eliminação de concorrentes a cada semana de convivência, até que na última semana, entre um determinado número de finalistas (remanescentes no jogo)⁶ um deles é declarado vencedor pelo voto “popular”, sendo também o ganhador do prêmio em dinheiro.

Em relação às regras para eliminação, existem flexibilizações que garantem imunidades, como por exemplo: o exercício da liderança na semana (ganha pelo sucesso em provas determinadas); o benefício concedido pelo anjo (vencedor também de um tipo de prova); ou ainda diversas possibilidades criadas a cada edição do programa, como o benefício ganho pelo *big fone* (um aparelho de telefone que recebe chamadas na casa e altera o jogo). A indicação de eliminação semanal coloca

⁶ Salvos raras exceções, o número de finalistas foi frequentemente de três pessoas.

BORGES; FURTADO.

para votação a cada semana pelo público normalmente uma quantidade de dois ou três participantes (a partir do BBB3, passou a ser denominado de “paredão”), e essa indicação normalmente é feita pelo líder da semana, em votação pelo grupo de concorrentes, ou por outras estratégias criadas a cada edição, conforme já mencionado. Uma vez formado o “paredão”, cabe ao público telespectador a decisão de eliminação, através de votos atribuídos pela *internet* ou por canais de telefone (em algumas edições).

Antes de entrarmos na associação entre o programa e a IC, cabe alguns comentários a partir da breve descrição que fizemos e retomando argumentos que já realizamos em outros trabalhos também mencionados a respeito da ética que permeia o BBB (BORGES, 2007). Tais abordagens realizadas na primeira década desse século, encontraram eco em trabalhos recentes como os de Minerbo (2019) e Garibe (2021). De início, nossa afirmativa desde que começamos a analisar o programa é que a concepção de jogo difundida se ancora na lógica neoliberal vigente no mundo globalizado, qual seja, uma concepção de jogo como ação humana, lúdica ou não, que desenvolvida sob regras é orientada pela competição. Mas, a ideia é que a competição faz parte de nosso cotidiano e só com competência e astúcia podemos nos movimentar nos embates do mundo. Dessa forma, dentro do jogo, ações que não estão proibidas por regras, demonstram competências e méritos. Dentro do jogo do programa, isso implica em se articular com outros concorrentes, fazer grupos, e criar estratégias de empatias que cheguem ao grande público e desse possa lograr preferências em votos.

Nos nossos argumentos demonstrados outrora, as estratégias usadas para garantir a sobrevivência no jogo, as quais muitas vezes envolvem os colegas de confinamento, assim como as estratégias que visam sensibilizar o público votante, por vezes demonstram distanciamento entre a forma de agir na casa e aquilo que o participante realmente é no mundo fora dali (algo que hoje é monitorado pelas redes sociais e mídia em geral). Mas, essas mesmas estratégias despertam excitação no público, ora de simpatia, ora de antipatia, gerando debates e julgamentos populares acerca do certo e do errado. Sabe-se que se trata de um debate moral, e isso acirra ânimos ao mesmo tempo que mostra a contradição entre os que supostamente votam nos participantes, em um país de tradição judaico-cristã. Essa contradição a nosso ver está entre o discurso do moralmente aceito e o acordo com o ‘se não está escrito, vale’. Nesse caso, pode sempre pairar a desconfiança: mas será que o público vota mesmo?

A questão levantada no parágrafo anterior até hoje não é respondida com certeza. Os organizadores dizem existir auditoria, no entanto, a votação, seja por telefone ou *internet*, tem um processamento informatizado ao qual o público não tem controle nem acesso, sendo apenas

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

informado de cada resultado da votação a cada semana. Sem a real situação de transparência na contabilização de votos, cada resultado representa um ato de fé. Dessa forma, a emissora com frequência não escapa às críticas de outras emissoras e nas redes sociais quanto à possível manipulação do andamento e finalização do programa de acordo com interesses econômicos ou ideológicos.

Muitas vezes os vencedores foram contestados, justamente pelos motivos supramencionados. Depois de três edições, havia uma valorização ao brasileiro tipo “caipira”, baseada no perfil dos três primeiros vencedores,⁷ exaltados por seus méritos de estratégias, apesar da suposta inferioridade cultural. Nesse caso, revela-se uma ideia de que as estratégias independem do conhecimento, escolaridade ou acúmulo cultural, e sim de recursos que mesmo moralmente contestáveis, conduzem ao objetivo final. Isso nos remete às mesmas perguntas: Que tipo de “jogador” quer se mostrar? Que tipo de “esperteza” quer se propagar? Mas agora acrescentamos algo: se os jogadores do programa, que também são chamados de BBB’s, são os novos artistas da televisão, que arte estão a expressar?

Não nos deteremos nas primeiras questões, debatidas nos trabalhos anteriores e sobre as quais temos novos argumentos para manter as hipóteses que já formulamos a respeito da ética do programa. Nosso foco aqui é a terceira questão, sobre a qual faremos argumentos a respeito da reprodução de “arte” no BBB a partir de uma identificação com os artifícios da IC. Acreditamos ser proveitoso fazermos abordagens da IC já colocando os aspectos do programa.

Adorno e Horkheimer (1985) dizem que a IC aparece como um mecanismo do esclarecimento (ciência positiva) para a dominação, e a forma de operar isso é a criação de uma cultura de massas. Para dar conta de seus objetivos, a IC usa de diversas estratégias, as quais tentaremos abordar em sínteses.

É importante desvendar os objetivos da IC, e podemos começar falando da invenção de necessidades. As pessoas são levadas a crer, por uma série de procedimentos sistematicamente pensados e implementados, que o produto “artístico” oferecido atende aos sujeitos aos quais se destina, assim como todos os produtos consumíveis a ele atrelados. Aliás, é neste aspecto que os filósofos de Frankfurt são precisos com o uso do termo IC, justamente pela utilização da palavra indústria, que nos termos de Marx,⁸ diz respeito ao lugar de produção de mercadorias, que são produtos que servem para saciar necessidades humanas. Então, a invenção das necessidades tem como

⁷ Refere-se aos concorrentes: Kleber (Bambam), do interior paulista, vencedor do *Big Brother I*; Rodrigo (Cowboy), também do interior paulista, vencedor do *Big Brother II* e: Dhomini, do interior de Goiás, vencedor do *Big Brother III*.

⁸ Trata-se da obra: O capital: Crítica da economia política: Livro: o processo de produção do capital. Ver Marx (2013).

BORGES; FURTADO.

intenção o incentivo ao consumo, e tem um direcionamento certo: de trabalhadores e empregados. A intenção é delinear o indivíduo consumidor passivo, dependente dos produtos, alienado das formas de produção e, para isso, a IC não solta o consumidor, não lhe dá chances de resistência, não lhe dá chance de se emancipar, mantendo-o na condição de indivíduo substituível, um puro nada, uma coisa.

A forma encontrada pela IC de manter o indivíduo como puro nada, é convencê-lo pela distração, a versão mais esvaziada da palavra entretenimento. Todo produto com rótulo de “arte”⁹ tem a intenção de formar “má consciência da arte séria”, além de tentar manter o indivíduo em uma dinâmica de produtividade, sendo a diversão dessa forma, uma extensão do trabalho no capitalismo, funcionando como artifício de dominação. Segundo Adorno e Horkheimer (1985, p. 64),

O pretense conteúdo não passa de uma fachada desbotada; o que fica gravado é a sequência automatizada de operações padronizadas. Ao processo de trabalho na fábrica e no escritório só se pode escapar adaptando-se a ele durante o ócio. Eis aí a doença incurável de toda diversão.

A estratégia de uso da diversão é prolongada. O BBB como um todo, inclusive por permanecer nos canais fechados por 24 horas, e por inserir na programação aberta vários flash’s para o telespectador acompanhar o que ocorre na casa, além de inflar a página *on line* da TV aberta na internet, alimenta as reproduções de notícias nas redes sociais e inclusive em outras emissoras de TV.¹⁰ Em tempos de expansão dos canais de comunicação e entretenimento pela web, o BBB se dissemina em muitas mídias, como em canais da plataforma de compartilhamento de vídeos, entre os quais se destaca o *Youtube*. Isso diversifica e aumenta as formas de consumo do programa, sem que se possa mensurar as formas de pirataria nos canais de compartilhamento. Para o conceito de IC isso é interessante, vai de encontro a dois princípios colocados por Adorno e Horkheimer (1985): 1) a IC precisa diversificar seus produtos, mesmo que seja uma criação baseada em uma repetição de forma; 2) O conteúdo deve se fixar na consciência dos consumidores, aumentar suas maneiras de chegar nas pessoas, alcançar mais sentidos do corpo. Isso lembra também um movimento similar que ocorre no mercado dos esportes, quer dizer, não é somente mais o jogo em si como espetáculo, mas, tudo que

⁹ A abordagem conceitual de arte aqui está posta nos debates adornianos sobre a industrialização da arte, então não se trata de um enunciado isolado, mas de um debate conceitual.

¹⁰ A Rede TV, por exemplo, tem um programa chamado “a tarde é sua”, nas tardes de segunda a sexta feira, comandado pela apresentadora Sônia Abrão. Há anos o programa dedica a maior parte do seu tempo para narrar e discutir os acontecimentos da casa do BBB, que é de emissora concorrente.

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

se pode consumir a partir dele.¹¹

Desse modo, o programa acentua a possibilidade dos interessados no acompanhamento, ao mesmo tempo em que envolve até mesmo os não interessados, uma vez que o cotidiano do programa chega às pessoas independente delas procurarem. Assim, o programa é oferecido em consumo, de modo concomitante à oferta de outros produtos, uma vez que é mantido por grandes patrocinadores, os quais têm sempre sua marca veiculada em momentos marcantes do programa, tais como provas e festas. Não temos como refutar que o BBB assim representa a IC com nível alto de funcionamento.

Durante a vivência da diversão é imperioso verificar qual o papel atribuído ao riso. Este tem a função de ludibriar a felicidade ou como bem lembram Adorno e Horkheimer ao mencionar os estudos bergsonianos, o riso aparenta felicidade por ser ridicularização de outrem. É por essa e outras razões que os autores designam a IC como catedral do divertimento, muitas vezes retomando o papel também da velha função aristotélica da arte, a função catártica que garante algum tipo de suspensão ou alívio nos sofrimentos dos sujeitos.

Na perspectiva da IC a diversão proporciona ao indivíduo associar-se, ter acordo com aquilo que diverte. Para que isso ocorra, de alguma forma o indivíduo é apartado dos processos empáticos de sociabilidade, fecha-se no seu mundo da perfeição distante do todo social. No que diz respeito à realidade social, da qual o sofrimento faz parte, a diversão oferecida pela IC (outrora do circo romano) proporciona ao indivíduo a sensação de isenção do sofrimento, um esquecimento de algo que aparentemente não faz parte de sua vida, talvez pelo processo de naturalização que lhe é dado. Adorno e Horkheimer (1985, p. 68) dizem ser “[...] na verdade uma fuga, mas não, como afirma, uma fuga da realidade ruim, mas da última ideia de resistência que essa realidade ainda deixa subsistir. A liberação prometida pela diversão é a liberação do pensamento como negação”. O que se vê dessa perspectiva no BBB, é uma série de montagens de cenas dos acontecimentos mais hilários, ou dos que despertam curiosidade dos telespectadores, muitas vezes ridicularizantes, que cumprem bem a provocação do prazer, do riso, do entretenimento catártico.

A isenção do sofrimento que nos referimos aqui, será retomada por nós adiante, porque a IC não usa somente daquilo que é hilário para de alguma forma ‘preparar’ os sujeitos a lidar com o sofrimento. É usual também apresentar os sofrimentos de outrem que permitam identificação contínua, de modo que os sujeitos possam se habituar com uma naturalização do sofrimento.

¹¹ Difícil não se lembrar da ideia de falação esportiva, que segundo Eco (1984, p. 224), “é a magnificação do desperdício e por isso o ponto máximo de consumo. Sobre ela e nela o homem da civilização de consumo consome diretamente a si próprio”. Trata-se de uma extensão do produto esporte para além do jogo em si. Talvez possamos pensar que o BBB esteja produzindo algo nesse sentido, ainda que como “jogo”, tenda a ser temporalmente mais delimitado.

BORGES; FURTADO.

Até aqui estivemos falando de intenções observáveis nas estratégias de montagens de momentos do programa, falemos um pouco das estratégias tecnológicas. A IC encontra condições amplamente favoráveis em tempos de desenvolvimento tecnológico e aproveita o embalo para exaltar a técnica. Lembremos que o produto apresentado deve despertar seu consumo, então é interessante que a técnica empregada proporcione a construção de performances, que adquira a expressão de *show* (espetáculo), e por isso usa o conceito de totalidade (todo e as partes). Com a exaltação da técnica e dos diversos recursos de produção é possível sobressair aos talentos, potencializá-los ou subjugar-los, amenizar suas carências, ou seja, mantê-los sob controle, “docilizá-los”. Lembremos apenas como exemplos dos casos mencionados antes a respeito dos “caipiras”, como vão se transformando em personagens de peso por conta do emprego da técnica e dos recursos tecnológicos do programa, proporcionado o que os autores da IC chamam de estereótipos adequados ao seu interesse.

Adorno (2002) diz que a IC tem como foco a alma dos sujeitos. Vimos que no papel da diversão há uma função catártica, mas também pretende ao idiotizar o sujeito, tornar-lhe alheio à realidade, dispensá-lo do ato de pensar e assim eliminar suas particularidades enquanto eu-pessoa. No desenvolvimento dessa função, a IC envolve o sujeito na realidade em um disfarce da condição de ativo para passivo, e o faz ocupando o papel do Estado de bem estar social, desenvolvendo assistência social. Por isso, não é de estranhar as campanhas alavancadas pela grande mídia, as quais inclusive movimentam a economia e aparentam protagonismo na resolução imediata de calamidades. O BBB já desempenhou esse papel em diferentes oportunidades, sobretudo no ano de 2020 por ocasião do início da Pandemia de Covid-19 no Brasil. Mas, há também a pretensa intenção de discutir temáticas sociais por meio das vozes dos participantes, como se fossem legítimos especialistas para tal.¹²

Apesar das restrições normativas em diversos territórios, que se relacionam com as censuras do que é veiculado como informação e entretenimento, a IC contorna de forma perspicaz as limitações as quais é imposta. Normalmente a forma de agir é apresentando sua “arte”, fazendo uso de uma linguagem própria seguidora daquilo que Adorno e Horkheimer (1985) chamaram de “arte de vanguarda”, a qual se apresenta a partir dos conteúdos normalmente proibidos. No entanto, os autores

¹² Na edição de 2021 os participantes discutiram igualdade de gêneros, racismo, entre outros temas polêmicos e o programa parece querer atribuir a isso um papel relevante para a sociedade. Uma reflexão que podemos fazer sobre isso, seria uma atualização a uma crítica aos sofismas. Tal qual os filósofos, os sofistas não trabalhavam, porque na cultura grega, o trabalho era atividade desvalorizada. Nesse caso, membros da sociedade grega ocupavam o tempo na contemplação. Sabemos que a filosofia se desenvolveu a partir da ocupação desse tempo de contemplação, mas os sofistas o aproveitavam da mesma forma para a elaboração de ideias supostamente verdadeiras. Nossa desconfiança é de que aos BBB's estejam sendo forjados como os novos sofistas, em um ambiente no qual o trabalho praticamente não existe e no qual os participantes desfrutaram do tempo para emanar suas concepções a respeito do mundo e dos fenômenos. Ver por exemplo a matéria <https://www.uol.com.br/splash/colunas/mauricio-styker/2021/02/05/leifert-muda-de-ideia-e-agora-elogia-o-bbb-por-debater-discriminacao-racial.htm>. Acesso em 10 fev. 2021.

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

diferenciam os produtos da IC daquele tipo de arte que ela pretende copiar, porque a vanguarda desta está centrada no ascetismo e na ausência de pudor, mas a IC por outro lado é pornográfica e puritana. E assim o é porque se utiliza de um erotismo cuja intenção é oferecer algo que não o faz por completo, porque priva o sujeito de acesso total.

A estratégia da IC mencionada por último acima é o que permite a Adorno e Horkheimer (1985) dizerem que a arte se torna mercantilizada e convertida em bem de consumo, ou em outras palavras, consegue-se converter a inutilidade em utilidade e por isso, o que tem valor de uso passa a ter valor de troca. O BBB por se apresentar em TV aberta usa de um erotismo “permitido”, com afagos sob o edredom, cenas de intimidade na piscina e banheiros, seduções nas festas, entre outros aspectos. Sem dúvida os produtores parecem querer mostrar um tipo de arte “inteligente”, que desperta a estética do erotismo sem claramente infringir leis. Sendo assim, cientes de que é um “jogo”, os produtores e o público criam uma espécie de pacto no sentido de que, aquilo que fora do confinamento pode ser moralmente questionável, lá dentro é aceitável e esperado no que diz respeito aos usos do corpo para a sedução e persuasão do outro.

Quanto à forma de agir com o que se apresenta como arte em geral, a IC adota um estilo próprio, que articula o universal e o particular das culturas e dessa forma vai criando fantasias românticas. Trata-se do processo de criação de um estilo estético que se propõe a despertar e existência do real justamente para despertar a dimensão estética dos sujeitos, a sensibilidade romântica e por si só, isso é ideológico. Não à toa, Adorno e Horkheimer (1985) chamam a isso de barbárie estética. Tal estratégia está associada aos demais mecanismos já mencionados, direcionados à dominação do indivíduo, sobretudo do trabalhador, por meio do uso da(s) cultura(s). Sobre isso, os autores dizem que:

Só a subsunção industrializada e conseqüente é inteiramente adequada a esse conceito de cultura. Ao subordinar da mesma maneira todos os sectores da produção espiritual a este fim único: ocupar os sentidos dos homens da saída da fábrica, à noite, até a chegada ao relógio do ponto, na manhã seguinte, com o selo da tarefa de que devem se ocupar durante o dia, essa subsunção realiza ironicamente o conceito da cultura unitária que os filósofos da personalidade opunham à massificação (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p. 62).

A intenção da IC de dominação pela massificação se percebe na sua associação ao liberalismo, ou de outra forma, o liberalismo tem a IC como meta, porque de alguma forma a ideia de competência está aí presente. Quando IC romantiza a vida real e aplaca o sofrimento, de alguma maneira deixa

BORGES; FURTADO.

claro que só os incompetentes não conseguem subsumi-lo.¹³ Bem por isso o surgimento e desenvolvimento da IC se deram nos países com a industrialização mais desenvolvida. E é nesses países que as maiores expressões da IC se desenvolveram, entre as quais se destacam o cinema, o rádio, o *jazz* e as revistas.

Segundo Adorno e Horkheimer (1985), o cinema, na época que se teorizou a IC, despertava importante papel institucional para o aperfeiçoamento da moral por meio de uma função que ora promove controle dos instintos à barbárie ora aponta para instintos revolucionários. O que diriam os autores a respeito da televisão ou das redes sociais? O certo é que em sua época, o rádio como um veículo de informação “democrático”, uma vez que chegava ao consumidor sem que esse precisasse pagar por isso, já valorizava a palavra humana, mas, ao lhe atribuir um *status* de absoluto, também lhe atribuía um falso imperativo.

As mídias sociais e a TV reverberam a “arte” da IC de forma multiplicada em relação ao que falavam os filósofos alemães, e o BBB utiliza em potencial tudo que os meios lhe proporcionam. Para isso, cria um emaranhado de artifícios, entre os quais os principais são outros programas atrelados à programação principal, como: Mesa BBB, Bate-papo BBB, BBB - a eliminação, além de extensões na programação de outros canais fechados pertencentes ao mesmo grupo da Rede Globo.

De grande interesse para a IC alcançar seus objetivos é o papel atribuído à publicidade. Essa deve ser a grande direcionadora ao consumo e, portanto, o conteúdo é menos importante do que a finalidade. A publicidade é a grande responsável pelo sucesso das estratégias da IC, chegando a ser considerada por Adorno e Horkheimer (1985) como o elixir da vida da IC. A importância da publicidade é tanta que às vezes chega a se confundir com a própria IC, tanto do ponto de vista da técnica quanto do ponto de vista econômico. Ambas utilizam de recursos semelhantes, cuja principal característica é o disfarce da mesma coisa em algo novo, isto é, aparentemente há novidade por causa das dinâmicas variadas, mas o conteúdo é sempre o mesmo.

Adorno (2002) se referindo à sua época, diz que nos potenciais usos da publicidade há grande contribuição do cinema e seus elementos técnicos, cuja principal finalidade é a manipulação dos indivíduos sob o imperativo da eficácia. Nos termos da IC, a publicidade se associa com a produção em massa potencializada pela proliferação dos meios técnicos no mundo moderno. No campo da arte e cultura, ambas as estratégias mencionadas precisam atuar com base na ideia de novidade de conteúdo, mas que, para Adorno e Horkheimer (1985), operaram a partir da absolutização da

¹³ Chaves (2014) faz uma reflexão a respeito das afirmações de Adorno quanto ao trato do sofrimento pela IC. Segundo o autor, a IC opera de modo a desenvolver a adaptação do sujeito ao sofrimento por meio de sua exposição a segundas experiências de sofrimentos a ele apresentadas.

imitação.

Entra em cena novamente, agora como artifício da publicidade, a linguagem. Segundo Adorno e Horkheimer (1985, p. 77):

Pela linguagem que fala, ele próprio [o cliente] dá sua contribuição ao carácter publicitário da cultura. Pois quanto mais completamente a linguagem se absorve na comunicação, quanto mais as palavras se convertem de veículos substanciais do significado em signos destituídos de qualidade, quanto maior a pureza e a transparência com que transmitem o que se quer dizer, mais impenetráveis ela se torna.

Como se vê, a linguagem aqui não mais se centra nas palavras. Essas perdem força para os sinais e isso ocorre justamente pelo potencial de uso das imagens. É a IC sempre se reinventando, sempre se constituindo como um rito de iniciação. A redução da palavra e crescimento dos sinais já é um grande avanço da IC na manipulação dos indivíduos pelo isolamento de cada ser. Cada vez mais as pessoas se fecham no seu mundo da não-necessidade dos contatos. Talvez por isso o grande sucesso das redes sociais, onde as pessoas se encontram sem se tocar, e chamam a isso de “amizade”. Bem por isso Adorno (2002) diz que “a indústria cultural pode fazer o que quer da individualidade somente porque nela, e sempre, se reproduziu a íntima fratura da sociedade” (p. 34). O BBB tem câmeras por toda a casa onde os participantes ficam confinados, promove um verdadeiro *show* de imagens nas edições do programa na TV aberta, de modo que, apesar dos participantes travarem bastante diálogos, há um convite para que os telespectadores leiam o programa pelas imagens, para que elas falem por si.

Educação, IC e o caso do jogo

Nesse tópico fazemos uma discussão pontual sobre a nossa concepção a respeito do papel da educação no combate à IC, de modo especial, como alternativa às intenções de programas como o BBB. Optamos em continuidade pela perspectiva crítica de Theodor Adorno considerando agora também sua contribuição na clássica discussão da relação entre educação e emancipação. No entanto, novamente é preciso fazer registro à contribuição de Horkheimer, porque alguma fundamentação ainda é tomada do trabalho em parceria com seu colega do Instituto para Pesquisa Social de Frankfurt.

A proposição adorniana fundamental que trazemos é a de que a função da educação é evitar *Auschwitz* (ADORNO, 1995). O que o filósofo de Frankfurt quer dizer é que, o que ele chama de

BORGES; FURTADO.

barbárie, é representado emblematicamente por aquilo que aconteceu naquele campo de concentração e, portanto, é função da educação evitar a barbárie. No entanto, em um aspecto dialético, Adorno diz também que *Auschwitz* aconteceu também por causa da educação. Portanto, em Adorno temos duas abordagens de educação: uma que leva à barbárie, denominada de semiformação, e outra que se contrapõe à barbárie, denominada de educação para emancipação.

Em Adorno (1995), há inicialmente a apresentação de uma perspectiva de educação, dominada pela racionalidade instrumental,¹⁴ amplamente discutida em outro momento (ADORNO; HORKHEIMER, 1985), cuja finalidade é a dominação. Os autores dizem que na modernidade se desenvolveu uma ideia de necessidade de desmistificação e consequente desencantamento da natureza, o que implicava em dominação da natureza. A consequência do desenvolvimento da razão instrumental na direção da dominação da natureza implicou na dominação do próprio homem, uma vez que esse é elemento dela constituinte.

A expressão maior da dominação do homem pela razão instrumental é o esvaziamento das consciências e perda das experiências, e da aptidão para fazer experiências. Os processos de formação assim desenvolvidos geraram, mesmo em países que surgiram gênios, facínoras que ameaçaram ou destruíram muitas pessoas. Adorno (1995) diz que geraram a barbárie. Segundo o filósofo, os sistemas de ensino, dominados pela ideologia da razão instrumental, priorizam a formação pela técnica e relevam a formação necessária à humanização. É por esse motivo, que processos educativos considerados de excelência por instituições avaliadoras, formam indivíduos de alta competência para a execução de tarefas complexas, determinadas pelo conhecimento tecnológico. Mas não necessariamente formam pessoas. É a esse tipo de educação que Adorno (1995) chama de semiformação e assim o faz porque, segundo o autor, o indivíduo que segue os processos desse tipo de proposta educativa nunca estará completamente formado.

Ainda segundo o filósofo, processos semiformativos dirigidos pela razão instrumental conduziram ao longo da história a criação de ferramentas e procedimentos que, longe de cumprir a promessa da ciência, de promover a melhoria da vida humana, trouxeram o caos e destruição, como o que ocorreu em *Auschwitz*. Esse tipo de pensamento fez Adorno e Horkheimer (1985) figurarem entre os protagonistas da questão a respeito da teoria de que a razão e a inteligência nos diferenciam

¹⁴ O conceito da razão instrumental e os seus desdobramentos na cultura, arte política e ciência se encontra presente em toda a agenda de pesquisa da primeira geração dos pensadores da chamada escola de Frankfurt. Em Adorno (2008, p. 194), pode-se constatar que a razão instrumental opera por via da noção de cisão, pois, “mediante os motivos ali explicitados, os instrumentos ou os meios do pensamento se autonomizaram em relação aos seus objetivos e tornaram-se reificados”. Do mesmo modo, é possível pensar a produção cultural na lógica da IC. Com isso, os fins formativos da cultura se desatrelam e se subvalorizam em relação aos seus meios de produção, formando uma expressão cultural que é bem mais razão técnica do que propriamente experiência, por isso mesmo, é semicultura.

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

das espécies animais. Afinal, é racional a autodestruição?

Adorno (1995) afirmava ser uma das funções da educação a transformação do sujeito a partir da consciência. No entanto, o filósofo não se referia a uma consciência apenas de si, subjetivista, de aperfeiçoamento moral, soando como uma crítica a toda uma geração dos primeiros filósofos do esclarecimento, mas de uma consciência que deveria dar ao sujeito a noção de seu lugar no mundo, de modo a favorecer sua participação na sociedade, envolvendo-se nos processos democráticos. Infelizmente o que se tem observado é o contrário, uma vez que, segundo o autor, na modernidade a educação é destituída de funções conscientizadoras e, portanto, emancipatórias. O que se constata é que as instituições educacionais têm atuado mais na instrumentalização, formando indivíduos apenas para que realizem tarefas de maneira alienada e de interesse do mercado (SILVA, 2001). De acordo com esse mesmo autor, a razão instrumental desencadeou um tipo de mentalidade voltada apenas para a produção, apartada de uma real necessidade do conhecimento para o desenvolvimento da vida humana como um todo. Nesse caso, a mentalidade de produção com ênfase na técnica se torna circular, sem rumo, com perspectiva de busca do progresso fechado em si, esquecendo-se que a técnica é apenas uma extensão dos braços humanos (ADORNO, 1995).

O papel contraditório dado à educação, com evidente dicotomia entre teoria e prática, gera alienação e indivíduos que funcionam no “automático”. Dessa forma, afirma-se com lamentação que se faz ausente na maioria das instituições e sistemas educacionais a perspectiva de educação conscientizadora, o que torna mais distante a perspectiva de emancipação. Mas sabe-se que essa situação que mantém os indivíduos instrumentalizados interessa ao sistema social dominante, não por menos se observa o grande interesse das elites sociais pela privatização da educação básica e superior. No caso desta última, a instrumentalização tem intenções de garantir a não resistência, ou em outras palavras, a anulação de surgimento do pensamento crítico (SILVA, 2001). Já no caso da educação básica, a mercantilização da educação segue a passos avançados,¹⁵ cuja intenção é qualificar trabalhadores que se coloquem a serviço dos capitalistas, sob o disfarce de uma formação orientada hoje por uma Base Nacional Comum Curricular que ainda diz formar para a cidadania (LIMA, 2019), mas que sabemos ser um direcionamento a favorecer o mercado com lucros imediatos e futuros.

A partir desse pequeno exposto, uma formação que não envolva as potencialidades humanas,

¹⁵ O mercado da educação básica tem a maior lucratividade dentro do mercado brasileiro, que já é lucrativo como um todo. Segundo Lima (2019), o lucro na educação básica é 83% maior que o mercado da educação superior, e o autor afirma ainda que 26,5% dos estudantes com matrículas nas escolas e creches no Brasil, essas são nas instituições privadas. Além disso, o setor privado fatura 1,4 bilhões de reais por ano com a venda de obras didáticas, sendo o governo federal o principal comprador. <<https://www.cartacapital.com.br/opiniaio/a-ofensiva-do-capital-contra-o-ensino/>>. Acesso em 12 de fevereiro de 2021).

BORGES; FURTADO.

que desprivilegie a formação humana e política em detrimento de uma formação eminentemente técnica, constitui-se segundo Adorno (1985), em semiformação. Na perspectiva da formação do indivíduo, essa semiformação apresenta, segundo o filósofo, conteúdos irracionais e conteúdos conformistas, que conformam sujeitos autoritários, à semelhança do sistema que os formam. Nós iríamos além, e diríamos que se trata de não formação, uma vez que a formação com foco eminentemente na técnica é centrada em interesses externos ao sujeito. Vejamos o que diz um importante tradutor e intérprete de Adorno a respeito disso:

A educação não é para a emancipação, compromisso com um fim ético idealizado no contexto social-cultural. A educação, para ser efetiva, é crítica da semiformação real, resistência na sociedade material presente aos limites que nesta se impõem à vida no “plano” de sua produção efetiva. A emancipação é elemento central da educação, mas, para ser real e efetiva, há que ser tematizada na heteronomia. A orientação normativa da educação não é imposta de fora, mas deve saltar de sua configuração histórica que, por suas contradições, “exige ‘objetivamente’ a partir de si própria sua transformação” (Adorno, 1999, p. 183).

A contradição real objetiva aponta imanentemente para além de si, por meio da possibilidade de uma negação determinada – não abstrata – da ordem vigente. A “consciência” faz o papel de objetivação da contradição, por ser inversora na medida em que adequa (MAAR, 2003, p. 473).

Embora o autor mencione a semiformação enquanto uma forma operacional de ‘educar’, acreditamos que a efetividade da educação por ele preconizada deve se fazer a partir da crítica da realidade que permeia os sujeitos, o que não é permitido por ações semiformativas. O sujeito crítico surgirá do sujeito consciente, o que não é possível em uma sociedade de inconsciência, constituída por semiformados, daí falarmos de não formação. Isso se confirma no plano teórico se pensarmos a questão da ideologia, que como Adorno (2009) pontuava, esta não é mais somente falsa consciência, mas, propaganda em favor da dominação. Se a ideologia não pode ser concebida somente como falsa consciência no nosso tempo, podemos afirmar que se caracteriza em primeira instância como um princípio semiformativo e, assim, pode ser pensada como alguma coisa que atua diretamente em prol da opressão, por isso mesmo, como não formação.

A (semiformação) não formação tem relação direta com o que estivemos mostrando no tópico anterior, é imbricada com o capitalismo e é mantida, senão alimentada pela IC. Na leitura adorniana de Maar (1995), as ações semiformativas que obscurecem os indivíduos, também lhes convencem, da mesma forma que a IC converte a cultura em mercadoria de forma bem convencidora uma vez que para Adorno “a semiformação é o espírito tomado pelo caráter de fetiche da mercadoria” (ADORNO, 1996, p. 399). Já sabemos que a IC pode ser forte o suficiente para tornar a sociedade adequada aos seus interesses e pode influenciar na formação das consciências, sendo uma das forças

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

que Adorno (1996) dizia ameaçar a subjetividade, de modo a entender a realidade da forma como é apresentada nas suas “artes”, reforçando o poder do sistema social dominante (MAAR, 2003) e das forças anônimas que ameaçam a subjetividade, a "IC". Assim sendo, reforça-se a ideia do filósofo frankfurtiano de que a IC realiza a semiformação, porque proporciona “[...] uma falsa experiência restrita ao caráter afirmativo, ao que resulta da satisfação provocada pelo consumo dos bens culturais” (MAAR, 1995, p.23). Como estamos argumentando, a nosso ver se trata de uma não formação, uma vez que impede o sujeito ao acesso de consciência que o emancipe.

Em resistência à não formação, existe a possibilidade da educação emancipatória, resta-nos indicar como ela pode emergir. Segundo Silva (2001) é preciso considerar que existem condições sociais e históricas que submetem o indivíduo a forçosas adaptações, quando este pode estar envolvido a tal ponto na realidade a qual é levado a acreditar, que sua crença passa a ser somente na adaptação como única alternativa. A forma de quebrar esse mecanismo se estabelece na formação em sentido contrário, para a resistência, para a contestação e a contradição. No entanto, Silva (2001) diz que é uma formação para além de uma oposição que se feche em si mesma, mas que precisa ser operada como:

[...] algo que repõe nossa consciência no movimento que lhe deveria ser próprio, o da ação lastreada historicamente. Pois para um ser histórico, a abertura de possibilidades é sempre histórica. É nesse sentido que o passado histórico, por exemplo, adequadamente elaborado, pode sustentar a crítica do presente, não porque uma tal crítica se confunda com nostalgia ou desejo de volta ao passado, mas porque as possibilidades do passado, tanto as realizadas quanto as não realizadas, nos ajudam a ampliar e aprofundar os critérios de consideração do presente. [...] (p. 32).

O autor corrobora com Maar (1995), e também nós temos acordo de que seja necessário, aprender a fazer crítica ao presente, de modo a auxiliar no processo de compreensão da própria experiência no interior da realidade que o sujeito está inserido. Assim, o que se oferece ao sujeito é a condição de reflexão sobre sua existência no mundo e da realidade na qual está inserido. Se isso puder ser operado, a emancipação ocorrerá, estabelecendo a contradição apontada por Maar, de que “o próprio processo que impõe a barbárie aos homens ao mesmo tempo constitui a base de sua sobrevivência” (1995, p. 11). Isso porque segundo a leitura adorniana do mencionado autor, a subversão é característica tendencial da educação crítica, mas, é preciso ruptura com a educação que visa somente a procriação técnica, eficiência e eficácia; que se abra ao processo histórico e à interação com a diversidade de pessoas.

Em se tratando de como a educação pode ser crítica a partir do trato de qualquer um dos tipos de saberes a ser tratados no contexto escolar, estamos trazendo para a reflexão o conteúdo jogo. Na

BORGES; FURTADO.

literatura, o jogo é um elemento da cultura teorizado e problematizado por diversos pensadores, entre os quais não tem como deixar de mencionar Caillois (1990), Huizinga (2012), Brougère (2003), entre outros, os quais têm sido utilizados há muito tempo por destacados estudiosos brasileiros entre os quais destacamos Kishimoto (1994) e Freire (2005). Embora com diferenças de abordagens epistemológicas, o que tanto os clássicos, como os estudos brasileiros têm em comum permanece sendo a vinculação do jogo à cultura, isto é, o jogar e sua forma mais lúdica - o brincar - é próprio da cultura humana, ou como dizia um dos pais da antropologia, Franz Boas, das culturas. Segundo Furtado e Borges (2020), do ponto de vista filosófico-sociológico, o jogo pode ser chamado de uma atividade subjetiva, dado que o maior domínio do sujeito é predominante e, portanto, uma atividade humana. Enquanto elemento da cultura o jogo é parte do conhecimento a ser socializado entre as gerações e, portanto, um saber a ser acessado pela educação em sentido amplo e pela educação escolar em sentido restrito, enquanto conteúdo universal e enquanto saber local.

Do ponto de vista da realidade educacional, Furtado e Borges (2019) afirmaram que o jogo no âmbito escolar tem sido vivenciado muito mais metodologicamente do que ensinado. Isso significa que o jogo tem sido mais usado como recurso para alguma coisa, do que socializado enquanto um saber necessário. Também os estudos que deram origem à presente reflexão e que foram mencionados no início desse texto, afirmam que há dados a mostrar que há incipientes processos formativos quanto às abordagens conceituais de jogo e, por isso, as ideias são fixadas em torno das regras, competição, diversão, o que faz muitas vezes com que o jogo seja confundido com a brincadeira, essa também carente de abordagens conceituais (KISHIMOTO, 1994). Segundo a autora, ainda que no senso comum e em alguns idiomas exista similaridade entre ambos, jogo e brincadeira se distinguem nas características estruturantes, como a seriedade, o grau de ludicidade, o maior ou menor número de regras, entre outras, o que é corroborado em ampla literatura (FURTADO; BORGES, 2019).

Mediante o exposto nos parágrafos supra, podemos deduzir que, se a escola não desenvolve suficientes processos formativos a respeito da educação do, para e pelo jogo; os sujeitos ficam a depender de outras agências formativas, entre elas a mídia, ou como estamos tratando aqui nesse texto, expostos à IC. O quadro pode ser até pior, porque os mencionados estudos de Borges (2007) nesse texto, indicam que as escolas podem reproduzir no seu interior os jogos e seus conceitos advindos de fora, sobretudo da IC. E os dados dos estudos de Borges (2007) já mostravam a incidência do jogo do BBB nas escolas, o que nos indica, grande influência da IC nas escolas em termos de formação do, para e pelo jogo. Dessa forma, aquele conceito orientado simplesmente pela normatização e pela competição, parece acabar por se sobressair àquilo que defendemos como ideia

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

de jogo em perspectiva educacional emancipatória: O jogo, como ação humana, cultural e subjetiva que de forma lúdica permite ao ser humano produzir cultura e socializar heranças sociais.

Em duas décadas de exposição ao BBB, houve grande aceleração das influências da IC, não somente pela televisão, mas também pelo crescimento da abrangência das redes sociais, o que implica em pensarmos em um alto risco de consolidação de valores e conceitos a respeito do jogo propagados pelo programa. Se pensarmos com Adorno e Horkheimer (1985), podemos estar em um contínuo de pelo menos duas décadas de semiformação - que preferimos chamar de não formação - a partir da socialização de um saber específico que não necessariamente é discutido na perspectiva da formação de consciências críticas. Sem o “filtro” da escola, uma agência educativa suficientemente forte para o embate com a mídia, os sujeitos não somente ficam sob o poder de fogo da mídia, como a IC amplia sua condição de atuação utilizando-se da própria escola.

Um processo de educação para emancipação requer da escola a condição de formadora. Isso implica formação dos formadores, projetos pedagógicos, investimentos financeiros, mas, sobretudo, processo de autoconsciência. Mediante esses pressupostos inferimos que seja necessário repensar saberes sobre o jogo, enquanto elemento da cultura, que permite a formação crítica com prazer e alegria (FREIRE, 2005) na perspectiva de educação emancipatória. Isso implica aprofundamento das abordagens conceituais de jogo e ludicidade e de como esses objetos são tratados na história da educação. Também é preciso considerar que a dimensão lúdica e o jogo não são categorias existentes apenas na objetividade, isto é, externas ao sujeito, mas se constituem como estados de consciência do sujeito (LUCKESI, 2002) e, portanto, como elementos da sua subjetividade. A IC certamente sabe disso, e não por menos opera com o jogo enquanto elemento de manipulação. Portanto, pelo conhecimento da ludicidade e do jogo, também se auxilia no processo de formação das consciências e, se o projeto pedagógico aponta para o fazer crítico, o jogo aprendido na escola também o será. Sabemos que tudo isso é algo complexo e com muitas demandas. Nossa reflexão aqui pretende ser tão somente uma ponta do fio de Ariadne.

A guisa final de articular a discussão

A reflexão desenvolvida até aqui não teve a pretensão de chegar a apontamentos concretos quanto à problemática levantada. Temos refletido ao longo dos anos sobre a influência midiática quanto à ideia de jogo, a qual é disseminada por diversos programas televisivos e mais recentemente também veiculada pela *internet*. Basta verificarmos a grade de programação de vários canais abertos ou fechados, ou ainda navegar pela *internet* e veremos diversos *games*, utilizados como estratégia

BORGES; FURTADO.

atrativa para os consumidores. No caso dos *reality shows*, e mais especificamente o BBB, temos argumentado quanto ao excesso de estratégias que parecem disseminar uma ideia de jogo perversa aos interesses de humanização. Por isso, no texto que ora finalizamos, resolvemos fazer o exercício de refletir a partir da elaboração dos teóricos da IC, no sentido de entender como opera o *reality* e de como se pode a ele fazer resistência.

Pelo exposto, podemos dizer que sobre a relação entre jogo e BBB, ou melhor, sobre a afirmação de que o BBB forma quase que para um não conceito de jogo, ou para a sua forma neoliberal, fica demonstrada uma oposição entre concepções: a do BBB, orientada preponderantemente pela normatização e competição estimulada; e a concepção emancipatória, que precisa considerar o jogo como ação humana cultural e subjetiva voltada para a socialização da cultura e de saberes acumulados no tempo e nos territórios. Com isso, acreditamos no presente estudo poder estar dando nossa contribuição ao debate que envolve o objeto jogo, como também no debate a respeito das influências da IC em diversas instâncias.

No entanto, acreditamos também ser possível pensar uma outra questão a ser aprofundada na continuidade de nossos estudos: se realmente existe uma modificação das estruturas tradicionais do jogo, seria interessante pensarmos como e por qual motivo o BBB tende a reorientar algumas das características fundamentais do jogo. É quase que a criação de um jogo à sua maneira, que no fundo é a forma da IC. Nesse ponto é possível falar sobre muitas questões, mas, vamos pensar sobre as regras no tempo e espaço em que ocorre o BBB.

Certamente, a ideia de controle das regras e da situação lúdica no tempo e no espaço por parte dos jogadores sofre modificação no programa, afinal, não são eles que controlam as regras e as formas do jogo totalmente, pois, existe um jogo de mão dupla baseado na interação entre jogadores e público, quer dizer, entre quem joga e quem "julga" o jogo do outro. Esse componente moral é muito forte, como acenamos ao longo do texto. Ainda no plano da reorientação das características, a ideia de tempo e espaço também sofre modificações interessantes, dado que, parece que o espaço do jogo não é somente a casa - o confinamento, já que tudo não se resolve apenas ali, mas, também pelos de fora. Por isso mesmo, muitas vezes os participantes tendem a realizar performances, estratégias diversas para tentar chegar ao público e vender alguma imagem positiva. No limite é isso, joga-se para eles, com e contra os adversários da casa, mas, sempre para os outros, para o público, para a sociedade.

Outra reflexão, diz respeito a possibilidade do BBB se manifestar como um avanço no conceito de IC. Nesse sentido, como acenamos ao longo do texto, não é mais somente ideologia, ou seja, certa distorção do real, que ao mesmo tempo em que oculta, ainda assim apresenta determinados

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

fragmentos da realidade; e sim, a propaganda direta dos elementos da semiformação/não formação. A implicação educacional disso é perigosa como pudemos acenar no desenvolvimento do nosso argumento.

Vimos que segundo os filósofos de Frankfurt a IC tem como objetivo a dominação por meio da massificação da cultura e vimos também que quando a escola absorve o que vem da IC amplia o potencial de não formação. E isso tem sido próprio dos sistemas escolares, uma vez que a escolarização tem cumprido função a favor do sistema social vigente. No que diz respeito ao tratamento com o jogo, normalmente é utilizado como recurso metodológico e menos ensinado enquanto elemento das culturas. Com essa forma de tratar o jogo, os estudantes egressos dos sistemas escolares ficam sem oportunidade de aprender a respeito do jogo mais do que aprendem com outras agências formativas, entre elas a mídia, e no caso que analisamos, o programa BBB.

Pelo argumento colocado acima, observamos que, o poder de dominação capitalista é conseguido ainda de forma mais potente, uma vez que os sujeitos estão expostos às “aprendizagens” de seu interesse proporcionados na escolarização e ainda gozam dos ganhos advindos das estratégias da IC, que encontra condições favoráveis na não resistência. Urge, portanto, que a escola retome seu papel adornoiano de evitar a barbárie, com postura crítica e formadora de consciências, sendo necessário não discutir os programas da mídia em si, mas discutir aquilo que é saber acumulado pela humanidade e que pode auxiliar emancipação, como entre outros conteúdos universalmente necessários, o jogo.

Referências

- ABROMEIT, J. A Teoria Crítica da Escola de Frankfurt e a persistência do populismo autoritário nos Estados Unidos. **Cadernos de Filosofia Alemã**. v. 22; n. 1. Jan-Jun., 2017. pp.13-38.
- ADORNO, T; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Tradução de Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1985.
- ADORNO, T. **Educação E Emancipação**. Editora Paz e Terra, Rio de Janeiro, p. 132. 1995.
- ADORNO, T. Teoria da Semicultura. In: **Educação & Sociedade**: revista quadrimestral de ciência da educação, ano XVII, n. 56, Campinas: ed. Papyrus, 1996. Trad. Newton Ramos de Oliveira et al. Pg. 388-411.
- ADORNO, T. **Introdução a sociologia**. São Paulo; Editora Unesp. 2008.
- ADORNO, T. **Indústria cultural e sociedade**. 5. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Edição revista e ampliada. São Paulo: Edições 70 Brasil, [1977] 2016.

BORGES; FURTADO.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 165-196.

BORGES, C.N.F. Big Brother Brasil: A vez do programa ficar no paredão (09 Pag.). In: **XIII CONBRACE (Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte, 2003, Caxambu/MG. Anais do XIII CONBRACE**. Campinas/SP: Autores Associados, 2003a. (07 Págs. in CD-ROM).

BORGES, C.N.F. De olho no "Big Brother Brasil" (08 pag.). In: **4º Seminário o Lazer em Debate, 2003, Belo Horizonte/MG. Coletânea do 4º Seminário O Lazer em Debate**. Belo Horizonte/MG: Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG, 2003b. v. 1. Págs. 227-232.

BORGES, C.N.F. Nem líder, nem anjo: Big brother no paredão (08 Pag.). In: **V Seminário O Lazer em debate, 2004, Rio de Janeiro. Anais do V Seminário Lazer em Debate**. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2004. Pgs. 86-93.

BORGES, C.N.F. The Perverse Reality Show Games: An Ethical Issue. **The FIEP Bulletin**, v. 77, p. 173-176, 2007.

BROUGÈRE, G. **Jogo e educação**. Porto Alegre: Editora Artes Médicas, 2003.

CAILLOIS, R. **Os jogos e os homens**. Lisboa: Portugal, 1990.

CHAVES, E. **Não há trágico na indústria cultural: Nietzsche e Adorno, mais uma vez**. Limiar – vol. 1, nº 2 – 1º semestre, 2014. P. 259-277.

ECO, U. A falação esportiva. In: ECO, U. **Viagem na irrealidade cotidiana**. 9. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984. p. 220-226.

FREIRE, J. B. **O jogo entre o riso e o choro**. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

FURTADO, R. S.; BORGES, C. N. F. A condição esportiva. **Educação (SANTA MARIA. ONLINE)**, v. 44, p. 1-23, 2019.

FURTADO, R. S.; BORGES, C. N. F. O trato com o conteúdo jogo no ensino médio: perspectivas, conteúdos, metodologias e práticas de avaliação. **Debates em Educação**. Maceió. vol. 12. nº. 27. maio/ago. P. 667-684, 2020.

GARIBE, M. E. V. B. Como o Big Brother Brasil 20 arquitetou a sua comunicação a fim de potencializar os acontecimentos imprevisíveis do programa ao vivo? **Revista Miguel**. Departamento de Comunicação PUC/RJ. N. 04. jan. Julho, 2021.

HUIZINGA, J. **Homo ludens: o jogo como elemento da cultura**. 7.^a ed. São Paulo: Perspectiva, 2012.

JABLONSKI, B.; LAZARY, E. O Big Brother Brasil e as formas contemporâneas de subjetividade. **Brasilian Journal of communication**. PPGCOM/UFF. N. 23. fevereiro, 2007.

KISHIMOTO, T. M. O Jogo a educação infantil. **Perspectiva**, Florianópolis, UFSC/CED, NUP, n. 22, p. 105-128, 1994.

LIMA, Á. M. Educação, ideologia e reprodução social: notas críticas sobre os fundamentos sociais da Base Nacional Comum Curricular – BNCC. In: UCHOA, A. M. C; SENA, I. P. F. (Orgs.). **Diálogos críticos: BNCC, educação, crise e luta de classes em pauta**. Editora Fi, Porto Alegre. p. 45-46, 2019.

A relação entre Indústria cultural e educação a partir de um *reality show*

LUCKESI, C. C. **Ludicidade e atividades lúdicas**: uma abordagem a partir da experiência interna. Salvador: GEPEL, Programa de Pós-Graduação em Educação, FAGED/UFBA, 2002. (Coletânea Educação e Ludicidade – Ensaio 02). Disponível em

[http://portal.unemat.br/media/files/ludicidade_e_atividades_ludicas\(1\).pdf](http://portal.unemat.br/media/files/ludicidade_e_atividades_ludicas(1).pdf) Acesso em: 12 de janeiro. 2014.

MAAR, W. L. Prefácio. In: ADORNO, T. **Educação e Emancipação**. Editora Paz e Terra, Rio de Janeiro, P. 07-27. 1995.

_____. Adorno, semiformação e educação. **Educ. Soc., Campinas**, vol. 24, n. 83, p. 459-475, agosto 2003.

MARX, K. **O capital**: Crítica da economia política: Livro: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013.

MINERBO, M. Big Brother Brasil, a gladiatura pós-moderna, Ponto de Vista • **Psicol. USP** 18 (1) • Mar 2007 • <https://doi.org/10.1590/S0103-65642007000100009>

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. Roberto Jarry Richardson; colaboradores. José Augusto de Sousa Peres, São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, F. L. A perda da experiência na universidade contemporânea. **Tempo Social; Rev. Sociol.**, 13(1). USP, S. Paulo. p. 27-37, maio 2001.

SOUZA, C. P. **Big Brother: a indústria cultural como (de)formação da sociedade brasileira**. 2019. 129 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2019.



Os direitos de licenciamento utilizados pela revista Educação em Foco é a licença *Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International* (CC BY-NC-SA 4.0)

Recebido em: 24/05/2021
Aprovado em: 21/06/2022