

# Metaparódia: uma paródia experimental de Comunicação, Arte e Educação

Roberval José Marinho<sup>1</sup>

Mariana Cordeiro Bastos<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** Comunicação. Big Brother Brasil. Arte. Educação. Educomunicação.

**Keywords:** Communication. Big Brother Brazil. Art. Education. Educommunication.

## Introdução

Este projeto de pesquisa foi patrocinado pela Universidade Católica de Brasília, por meio da sua Pró-reitoria de Pós-graduação e Pesquisa, proposto por um grupo de professores que decidiram estudar comunicação, mídia, televisão e reality show, buscando aferir aspectos de arte, educação, percepção e violência nas escolas de ensino médio e fundamental do Distrito Federal.

---

<sup>1</sup>Mestre em Educação pela Universidade Federal da Bahia (1982) e doutor em Artes pela Universidade de São Paulo (1989). Professor Adjunto IV aposentado pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia. Atualmente, é presidente do Instituto Sociocultural Alaíande Xire, professor RTC adjunto II. Membro do Comitê de Ética da Universidade Católica de Brasília. Docente, orientador e pesquisador do Mestrado em Comunicação da Universidade Católica de Brasília. E-mail: falojutogun@yahoo.com.br.

<sup>2</sup>Graduada em Jornalismo pela Universidade Católica Brasília e bolsista de Iniciação Científica da Universidade Católica de Brasília

O grupo foi constituído pelos professores doutores e pesquisadores Roberval José Marinho, Joadir Foresti, Janete Santos, Sofia Zanforlin e Florence Marie Dravet, detendo esta última a sua coordenação, e ainda as bolsistas de iniciação científica Mariana Cordeiro Bastos e Anna Cléa Maduro.

Foi feito o contato com o Centro de Ensino Fundamental 619 (CEF 619), situado em uma quadra de baixo poder aquisitivo da região administrativa de Samambaia, no Distrito Federal. O CEF 619 é uma instituição de ensino governamental destinada a alunos economicamente carentes que funciona desde 1995 com infraestrutura precária, a despeito da dedicação de servidores e de mais de 70 professores.

Inicialmente escola de ensino fundamental, há três anos passou a oferecer também o ensino médio, uma conquista de toda a comunidade que antes precisava se deslocar longas distâncias para cursar esse nível. A primeira leva de formandos já resultou em cinco aprovações no vestibular da Universidade de Brasília em áreas diversificadas do conhecimento.

Nesses termos, este estudo vem atender a anseios do Mestrado em Comunicação, linha de pesquisa Processos Comunicacionais em Cultura Mediática, assim como do curso de graduação em Comunicação, ambos da Universidade Católica de Brasília.

Big Brother ou Big Brother Brasil (BBB) é um produto televisivo de grande inserção social e de altos índices de audiência e rentabilidade. O Big Brother inaugurou uma linguagem artística com base na observação de performance alheia.

Em verdade, a origem da observação de performances dessa natureza, em tempos modernos, se dá há mais de um século na cidade de Amsterdã, Holanda, com a exibição de mulheres em trajes sumários, em vitrines,

com objetivo de prostituição. Isso sem levar em conta as performances teatrais, que datam de aproximadamente 2.500 anos, ao que se sabe, praticadas desde a antiga Grécia.

A performance humana ganha *status* de arte quando se insere nas artes plásticas, quando então muitos artistas promovem exposições nas grandes mostras internacionais de artes visuais, a exemplo das bienais de arte de São Paulo e de Veneza, assim como da Documenta de Kassel, na Alemanha.

Em termos contemporâneos, a primeira performance com finalidade de observação artística, apresentando como temática a banalidade da vida cotidiana, teve lugar em Santiago do Chile, quando uma mulher conectou à internet o seu espaço, permitindo ser vista nua e parada em uma vitrine comercial.

Em seguida, há notícia de uma dona de casa norte-americana que conectou partes da sua residência à internet, sob o título “Passe o dia com Rose”, disponibilizando para toda a rede a oportunidade de vê-la executando as mais banais tarefas domésticas, como bater um bolo, lavar roupa e coisas similares. A seguir, um cidadão japonês, ainda nos Estados Unidos, também fez a conexão do seu quarto de dormir, mostrando a sua performance banal de homem nu pedalando uma bicicleta no restrito espaço de um quarto. Tudo isso com significativos índices de acessos, o que apontou caminhos para a produção de entretenimento na televisão com base no interesse intrínseco do ser humano pela vida de outro ser humano.

## Big Brother Brasil

É um modelo de programa de entretenimento televisivo que teve origem, como tal, na Europa e terminou por ser difundido<sup>3</sup> pelos outros continentes, chegando ao Brasil, inicialmente, pela Rede Globo de Televisão, que detém a sua patente. Outros canais televisivos brasileiros criaram modelos similares, a exemplo de “A Fazenda” e “Casa dos Artistas”.

O programa tem as seguintes características: um grupo de homens e mulheres é selecionado por inscrição mediante remessa de um vídeo pessoal. A produção do *reality show* escolhe os candidatos que demonstram sentimentos exagerados ou de forma exacerbada, com base em caracteres histriônicos. Outros critérios de seleção não ficam claros para o público. Percebe-se que alguns perfis ou papéis sociais são sempre preenchidos, tais como a “bicha”, a “periguetete”, o “marrento”, o “bonzinho”, a “sapatao” ou mesmo a “entendida bissexual” e o “negro”, que independem de gênero. Logo nos primeiros episódios, costumam surgir os casais.

Esse grupo é mantido isolado em espaço da produção, sem contato<sup>4</sup> com o mundo exterior. O confinamento tem por finalidade gerar o estresse humano dentro do grupo, por falta de notícias e interação com a vida

---

<sup>3</sup>“Em 29/01/2002, a TV Globo estreou o reality show ‘Big Brother Brasil’, programa que se tornou um de seus maiores sucessos de audiência. O jogo, lançado em sociedade com a empresa Endemol, havia surgido na Holanda três anos antes e, no ano seguinte, já havia se espalhado por 19 países, como Alemanha, Espanha, Estados Unidos, Suécia e Bélgica”. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/bbb8/retrospectiva.jhtm>> Acesso em: 05 abril 2013.

<sup>4</sup>Os participantes ficam completamente isolados do mundo exterior, pois não podem manter correspondência nem ligações telefônicas, inclusive com a família, assistir televisão, ler jornais e revistas ou ouvir rádio e usar relógios. Além disso, utilizam microfones 24h por dia, retirando apenas para dormir. Uma vez por dia precisam ir até o confessionário para conversar com um psicólogo e com a direção do programa.

cotidiana, e também, para a produção do programa, reforçar esse estresse por indução psicológica, além de provocações de toda sorte por meio de jogos e competições.

São várias as definições do termo “jogo”. A palavra vem do latim *locus*, *locare*, no sentido de brinqueado, folguedo, divertimento, passatempo, entretenimento, tratamento psicológico e psiquiátrico, como método educacional, técnica de venda, *marketing* e outras acepções. Ainda compreende-se jogo como uma atividade sujeita a regras ou uma série de coisas que formam uma coleção. É uma atividade livre, incerta e improdutiva, regida por regras previamente definidas e normalmente praticadas com fins recreativos e, em alguns casos, como instrumento educacional. Compreende-se também que jogo é toda e qualquer atividade em que as regras são feitas ou criadas num ambiente restrito ou até mesmo de imediato.

Tentar definir o jogo não é tarefa fácil. Quando se pronuncia a palavra jogo, cada um pode entendê-la de modo diferente. Pode-se estar falando de jogos políticos, de adultos, crianças, animais ou amarelinha, xadrez...” (KISHIMOTO, 1997, p. 13).

Historicamente, as primeiras noções de jogo, na Grécia antiga, acreditavam firmemente que o jogo era condição imprescindível para o alcance do elevado estado de espírito... No século XVIII, o jogo sofreu grandes preconceitos concernentes ao seu valor ético, sociopolítico e epistemológico, pois entraram em cena discussões de vício.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>VELOSO & SÁ. Reflexões sobre o jogo: conceitos, definições e possibilidades

Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd132/reflexoes-sobre-o-jogo.htm>>. Acesso em: 05 abril 2013.

O jogo chamado “paredão”, dentro do BBB, é de fundamental importância para o funcionamento de todo o programa, sendo por meio dele desencadeadas as tramas para a eliminação gradual dos participantes até restar apenas um ao final, considerado o grande vencedor da temporada.

A cada “paredão”, duas pessoas são escolhidas para disputar a permanência na casa. Depois, o público manifesta a sua preferência por um dos participantes por meio de voto pela internet, SMS ou ligação telefônica. A votação atinge milhões de contatos, o que implica muitos milhões de reais. Dessa cifra é retirado o prêmio para o ganhador. Esse é o ganho direto. Como ganhos indiretos, os componentes do programa recebem notoriedade e oportunidades de trabalho em peças publicitárias, *show business* e outras modalidades de ganhos. A emissora ganha de forma significativa. Fica com a maior parte do dinheiro arrecadado com as ligações para cobrir todos os custos da produção, além de patrocínios publicitários nos intervalos quando da exibição do programa. Em sua 12ª edição, o sucesso de audiência tem se mantido inalterado, o que confirma a eficácia desse modelo de entretenimento pós-moderno.

## Metodologia

Como metodologia para análise lógica, foi adotado o sistema associativo e dedutivo por se mostrar o mais pertinente para o caso.

Em relação à coleta de dados, os métodos adotados para este estudo foram a pesquisa-ação e a observação

participante, que implicam basicamente a introdução de um elemento de ação para ser vivenciado pelo grupo, tomando parte dele inclusive os pesquisadores.

Segundo Peruzzo, in Duarte e Barros (2008, p. 125), “A pesquisa participante consiste na inserção do pesquisador no ambiente natural de ocorrência do fenômeno e de sua interação com a situação investigada”. Os pesquisadores participaram diretamente da ação, interpretando o público juntamente com outras pessoas da comunidade, como professores, funcionários e visitantes, todos encarregados das votações do *reality show*.

De acordo com Epstein, in Duarte e Barros (2008, p. 22), “A Teoria Crítica influenciou vários aspectos da pesquisa participante e teve importantes pontos de contato com o pensamento comunicacional latino-americano, especificamente no Brasil, com as ideias de Paulo Freire”. Ficou patente o objetivo crítico da interpretação do grupo no sentido de demonstrar consciência quanto ao consumo de produtos da indústria cultural contemporânea e capacidade de análise e crítica de tais produtos, assim como capacidade de fazer associações com outros segmentos da vida. A capacidade de recriação de linguagens também foi muito bem demonstrada pelo grupo.

Para Epstein, in Duarte e Barros (2008, p. 22), “Na atualidade, uma das tentativas de incorporar a agonística a uma metodologia científica foi a formulação da Teoria dos Jogos (VON NEUMANN & MORGENSTERN, 1944). Neste experimento de estudo e no programa BBB televisivo, o jogo é verdadeiramente a razão de ser de tais produtos tanto para os participantes contendores, que são obrigados a jogar com muita sagacidade para eliminar concorrentes e, com isso, ganhar o prêmio máximo, quanto para o público, que também participa do

jogo por meio da votação que se dá a cada paredão e das muitas enquetes, quando se entrevistam pessoas sobre eliminações, preferências e antipatias, julgamentos moral e de caráter dos contendores e, inclusive, formulações filosóficas de vida.

O sentido agonístico faz parte desse jogo de modo intrínseco na forma do estresse e sofrimento dos participantes. Também envolve o espectador que, identificando-se com um dos contendores, passa a participar intensamente de forma imaginária e formula mentalmente, de modo contínuo, soluções e estratégias para a competição, como se estivesse lá, no espaço do confinamento.

O grupo de pesquisadores da Universidade Católica de Brasília dirigiu-se ao CEF 619 de Samambaia com a proposta de interpretação e produção de paródia de programa televisivo. Um grupo de estudantes deveria escolher o programa que gostariam de dramatizar em forma de paródia.

Os sujeitos desta pesquisa são alunos do ensino médio do CEF 619 de Samambaia, moradores dessa região administrativa do Distrito Federal, caracterizada pela pobreza e extrema violência. Eles têm entre 14 e 19 anos de idade, todos com acesso à televisão e à internet, quando não em casa, em *lan houses* ou mesmo na escola.

O grupo de pesquisadores, os professores do Centro Educacional e pessoas da comunidade circunvizinha participaram como público e plateia, com direito a voto decisório nos momentos requeridos pelo programa.

Inaugurado em 1995, o CEF 619 de Samambaia, com aproximadamente 70 professores e 1.150 alunos, caracteriza-se como instituição voltada para os ensinos fundamental e médio, subordinada à Secretaria de Educação do Governo do Distrito Federal. Essa escola tem funcionado como centro educacional e como centro

alternativo de lazer para os alunos da comunidade, que muitas vezes procuram fugir de tarefas domésticas e outras atividades consideradas por eles aversivas. Esses sujeitos pertencem a famílias cuja renda gira em torno de um salário mínimo. A instituição representa, ainda, para alguns jovens, a única refeição diária de boa qualidade.

## A experiência

Os alunos escolheram o programa BBB, versão 11<sup>a</sup>, para ser a base para interpretação, análise e reinterpretação, por parte dos estudantes, em formato de paródia caricatural.

A dimensão estética está associada quer à arte de comunicar, quer à arte de pesquisar, o que quer dizer que se trata da produção de um determinado retrato do mundo que é também reflexo de uma intenção estética do seu produtor. Nessa perspectiva, a área comunicativa está aberta a tipos de intervenção situados a meio caminho da arte ou até mesmo a tipos que pertencem a uma de suas formas, tal como, por exemplo, a forma audiovisual, com suas técnicas próprias. (THIOLLENT, 2007, p. 83)

No dia 28 de maio de 2011, o grupo de pesquisadores dirigiu-se ao CEF 619 de Samambaia, levando uma equipe de cinegrafistas do Centro de Rádio e Televisão (CRTV) da Universidade Católica de Brasília, com o objetivo de registrar a experiência.

O grupo composto pelos alunos (nomes fictícios) Fernanda, Marcos, Wanderson, Layane, Bianca, Aílton, Kevin, Davi, Pâmela, Jéssica, Maria, Patrícia, Elaine, Larissa, Edna, Camila, Gabriela, Maicon e Robson assumiu de imediato a tarefa proposta pelos pesquisadores. As personagens que participariam da paródia foram organizadas de modo que a cada uma foi entregue um papel. O papel do apresentador, vivido com grande maestria, na Rede Globo, pelo jornalista Pedro Bial, foi entregue ao aluno Maicon. O papel de repórter entrevistador ficou com o aluno Davi. A “bicha” ganhou vida com a interpretação do aluno Kevin. A “perigete” foi interpretada pela aluna Maria. O “marrento” ficou a cargo do aluno Aílton. O grupo criou, previamente, o seguinte roteiro para o programa paródia:

## CENAS

### Dramatização BBB

Apresentação dos participantes

Alunos conversando e organizando as cenas

Festa

Primeiro contato do apresentador (Bial) com o telespectador

Primeiro contato do apresentador com os participantes

Primeiro paredão

Resultado do primeiro paredão

Defesa dos participantes do paredão

Público vota nos primeiros participantes do paredão

Encontro com a família

Resultado da primeira eliminação

Jornalista entrevista a eliminada Michele

Finalistas (defesa, família e final)

Encerramento (música tema)

Cena 1 – Apresentação dos participantes

Por que você acha que merece entrar no BBB 11?

1. Michele: “Bom dia! Meu nome é Michele. Eu tenho 19 anos e sou aluna. Eu tenho aula de Jornalismo e tenho um sonho muito grande de ser reconhecida pela mídia e é por isso que tô aqui: pra mostrar o que eu sou realmente. E quero que vocês votem em mim, Brasil, que vocês não vão se arrepender!”

Percebe-se a paródia carregada de ironia em todas as respostas. A atuação de Michele nesse início de jogo foi de representação teatral bastante divertida, fazendo ela o papel da mocinha ajuizada e equilibrada, disposta a concorrer com elegância. A afirmação de estar fazendo faculdade de Jornalismo foi para reforçar o seu personagem, pois não se pode esquecer que todo o grupo pertence à escola de segundo grau 619 de Samambaia.

**2. Pedro:** “Bom, meu nome é Pedro. Eu mereço porque eu quero ganhar esse dinheiro. Eu tô precisando pra pagar a faculdade aí. E vocês podem votar em mim que eu amo todos vocês! (repete) Só isso...”

Quanto ao Pedro, há também referência à faculdade, encarnando ele o papel de “garotão” ou rapaz que está participando do jogo com a finalidade de ganhar o prêmio máximo em dinheiro por uma causa nobre, como “pagar a faculdade”.

**3. João:** “Primeiramente, eu sou o João, irmão do Pedro. E eu queria entrar pra se divertir, né, pra ganhar um dinheirinho ali, pra criar uma balada ou uma coisa desse tipo. Dançar muito... Votem em mim, galera!”

O João participa representando o papel de “coagente”, o desligado que tem interesse apenas em se divertir, sem ligar muito para o dinheiro.

4. Edna: “Bom, meu nome é Edna. Tenho 18 anos e eu gostaria de entrar no BBB pra namorar muito...”

Quanto a Edna, fez um personagem bastante interessante, representando a “periguite”, ou seja, a garota interessada em relações sexuais e eróticas.

5. Débora: “Bom, meu nome é Débora e eu quero curtir muito lá dentro e ganhar esse prêmio e beijar na boca e fazer tudo o que tiver que fazer...”

A Débora representou o papel de “periguite” e “popozuda”, marcas generalizadas para todos os personagens femininos, explorando uma falsa sensualidade e beirando o ridículo com atuação propositadamente exagerada.

6. Renata: “Meu nome é Renata. Eu mereço porque eu tô precisando desse dinheiro pra pagar a faculdade e ser reconhecida. Só...”

A Renata, apesar de estar também na linha das “periguites”, apresenta um traço de equilíbrio ajuizado na linha da sua colega Michele, compondo o personagem boa menina que está participando por uma causa nobre.

7. Jéssica: “Bom, meu nome é Jéssica e eu acho que mereço entrar no BBB pra ganhar dinheiro, ficar famosa e pegar todos os gatinhos da televisão!”

A Jéssica apresenta um discurso pronto, mesclando o interesse pelo dinheiro e o interesse pelas relações eróticas dentro do programa. Tenta sintetizar o interesse de todos os personagens, ou seja, dinheiro e sexo.

8. Kevin: “Bem, galera, meu nome é Kevin. Tô aqui no BBB pra curtir, pra zoar, levar um milhão e um monte de gatinha que tá aqui.”

O Kevin teve desempenho destacado por suas qualidades de ator. Coube a ele, neste BBB, o papel histriônico da “bicha”, no qual ele teve excelente atuação. Nesta sua fala inicial, ele se traiu, quando afirmou que pretendia pegar “um monte de gatinha”.

9. Aílton: “Bom, galera, tô aqui no BBB porque eu sou eu, sabe? Gosto muito de festa. Beber, mais ou menos, né? Mas eu tô aqui pra ganhar, então eu vou jogar o máximo.”

Aílton desempenhou o papel de “galã”, disputado pelas mulheres e que não dá muita bola para elas.

10. Larissa: “Oi, gente, meu nome é Larissa. Pra falar a verdade, eu nem sei por que que eu quero entrar no BBB, mas é isso aí! Votem em mim que eu quero ganhar.”

Finalmente, a Larissa, que faz o papel “loira burra” que está participando sem saber muito bem o porquê nem como, porém, já que todos querem ganhar, ela também quer.

A trama aconteceu com bastante improviso por parte de todos, de modo perfeitamente sincronizado e, inclusive, com muita similaridade ao programa original transmitido pela Rede Globo. Porém, com uma diferença na linguagem, adaptada em forma de paródia caricatural.

Poema, música, filme, obra de arte ou qualquer gênero com enredo passível de mudanças pode estruturar a paródia, cujo elemento principal é a comédia. A origem da produção é mantida, mas modifica-se o seu sentido. Normalmente, a paródia tem cunho cômico, provocativo ou retrata algum tema discutido na esfera pública. Para se compreender a intenção da paródia, é necessário um conhecimento prévio acerca do objeto inicial.

O material filmado foi levado para o laboratório do CRTV da Universidade Católica de Brasília para ser decupado e editado pelos responsáveis e, em seguida, ser procedida a coleta de dados setorizados por cada grupo de pesquisadores, cabendo a Roberval José Marinho e a Mariana Cordeiro Bastos a análise dos aspectos arte-educacionais.

## Método de análise dos dados

O tema explícito é o programa Big Brother Brasil, que carrega forte conotação de exposição de atividades sociais e humanas, expondo traço de personalidade, caráter, inteligência e, principalmente, sagacidade para o jogo.

Como tema implícito, observou-se o reality show com o seu caráter explícito de exposição, porém trazendo, por base primordial, o jogo psicológico e social entre as pessoas participantes, os produtores e o público de telespectadores. A performance dos personagens na televisão foi revivida com grande ênfase nos seus aspectos

mais ridículos e jocosos. Permaneceu uma crítica embutida nas representações por parte dos alunos, o que indica capacidade de julgamento e de expressão.

A expressividade de um produto da indústria cultural é referente a uma linguagem expressiva de uma dada época que, com base em seus códigos, o produtor de cultura cria, a mídia divulga e o público faz a leitura. Entende-se por expressividade extrínseca a linguagem de produção cultural predominante na época. Dessa forma, através da história da cultura mundial, vamos encontrar muitas denominações de expressividade extrínseca, a exemplo de expressionismo, romantismo, surrealismo e muitos e muitos outros.

Quanto à interpretação, foram selecionados aspectos psicológicos vistos, grosso modo, como a denotação das emoções expressas pelo grupo de atores desse projeto. O que se observou nesse sentido foram elementos psicológicos que levavam ao riso, notadamente interpretações caricaturais de dramatizações tidas como ridículas e exageradas do programa original. Também aspectos de dramaturgia falsa, falsidade ideológica e chantagens emocionais foram identificados e explicitados nas representações.

Quanto aos aspectos simbólicos, foram identificados pelo grupo e usados como moeda de troca e barganha no jogo dramático caricatural, muito mais com o objetivo de demonstrar conscientização política e percepção aguçada para fazer frente a tais jogos na vida cotidiana.

## Considerações finais

De acordo com Read (1958, p. 13), “[...] a arte deve ser a base da educação”. Essa tese foi explicitamente formulada por Platão há muitos séculos. O que se pôde verificar por observação direta da paródia apresentada foi, essencialmente, que a educação ocorre tendo como média de excelência as linguagens das artes. Nesta pesquisa, constatarem-se elementos de performance artística com elevado senso crítico e criativo, o que é um indicativo de educação, de aquisição de cultura e de refinamento.

A escola estimula a competição, enquanto a televisão proporciona a criação de um conjunto de valores comuns que grupaliza os jovens. Não se trata de uma diferença decorrente do veículo, da gramática, da articulação da linguagem, mas do seu suporte. Enquanto a televisão explora a fantasia, a escola pretende aboli-la. Tanto é assim que a televisão fracassa quando veste a toga professoral, buscando se transformar em escola. (BARBOSA, 1984, p. 148).

O BBB é educativo como mídia contemporânea, como exemplo de muito alta tecnologia e padrão visual Globo de qualidade, cuja excepcional imagem está em confronto com uma dramaturgia pífia, piegas

e maniqueísta. Os esquemas dramáticos, que são poucos na televisão brasileira, repetem-se continuamente, dando pouca margem para a criatividade.

A performance desse grupo de sujeitos indica uma resposta em forma de paródia do produto original, em que todos os aspectos maniqueístas, jocosos, até mesmo ridículos, são expostos, levando ao riso e à reflexão.

O grupo de alunos demonstrou senso crítico de forma cabal ao apresentar performances improvisadas. Nenhum dos personagens do produto original foi poupado de críticas e gozações mordazes na paródia. Ficaram patentes para os pesquisadores a capacidade e o conhecimento mediano das técnicas televisivas por parte do grupo, o que possibilitou a produção espontânea desse espetáculo.

Foi possível perceber, ainda, a linguagem utilizada pelo grupo, carregada de jargões televisivos e outros empregados de modo coloquial e corriqueiro na mídia contemporânea, o que funcionou como um indicativo de ser este grupo antenado e inteirado de tudo o que acontece. São pessoas que assistem à televisão regularmente e frequentam shows populares de artistas que estão em evidência junto, principalmente, ao público jovem. Outras referências foram constatadas como uma visão crítica sobre programas televisivos, a exemplo do CQC (Custe o que custar) e do Pânico na TV, com grande domínio da linguagem crítica e humorística, levada a cabo nesses programas, as quais são reproduzidas por eles com bastante desenvoltura e familiaridade.

## Referências

- BARBOSA, Anna Mae. *Arte-educação: conflitos/acertos*. São Paulo: Editora Max Limonad, 1984.
- CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. (Trad.) Roneide Venâncio Mager; Jussara Simões. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- READ, Herbert. *A educação pela arte*. (Trad.) Ana Maria Rabaça e Luis Felipe Teixeira. São Paulo: Edições 70. Lisboa, 1958.
- THIOLLENT, Michel. *Metodologia da pesquisa-ação*. 15. ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- WOLFF, Janet. *A produção social da arte*. (Trad.) Waltecir Dutra. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982.
- ESPECIAL *Big Brother Brasil 8*. UOL. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/bbb8/retrospectiva.jhtm>>. Acesso em: 11 mar. 2012.