

Estudos do Reality Show BBB3 na Universidade Brasileira

Olga Maria Tavares*

Acadêmicos como Muniz Sodré, Fausto Silva e Fernando Andacht vêm publicando artigos e ensaios, onde analisam e colocam em discussão o mais novo fenômeno televisual que chegou ao país há 4 anos e tornou-se o campeão de audiência nacional – o Big Brother Brasil, atualmente na sua 6^a. edição, e provocando a mesma catarse coletiva e o mesmo envolvimento diário com as vidas daqueles que deixam as vidas que deveriam estar ali para incorporar novas vidas que pensam ser a que os telespectadores gostariam de viver, de ter como modelo ou de fazer de “bode expiatório”. A Universidade não poderia se furtar a assumir esse diálogo com os cidadãos brasileiros, divulgando seus pontos de vista, exatamente para mostrar, numa linguagem mais distanciada e analítica – diferente da dos críticos que assumem valores e visões pessoais -, esse jogo midiático cheio de símbolos do cotidiano e de interações corriqueiras e recorrentes.

A professora Miriam Moema Pinheiro (moemapinheiro@yahoo.com.br), do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, acaba de defender uma dissertação de mestrado em Ci-

ências Sociais que se intitula “Anonimato e Fama no Reality Show BBB3” e corrobora, com esta pesquisa acadêmica, a possibilidade de se abrir novos caminhos para a exploração deste folhetim midiático que tem provocado modificações no formato televisivo de todos os países onde vem sendo programado. O interessante é que os estudos acadêmicos podem fazer variados recortes do assunto e permitir que o analisem sob diversas perspectivas. A escolhida por Miriam Moema foi “explicar o fenômeno da transformação de pessoas anônimas em celebridades”, mostrando as estratégias estabelecidas pelos participantes para tecer suas relações e suas técnicas de sedução, de convencimento e de comoção, que vão evidenciando gradativamente a narrativa desse “programa-jogo”, que teve a duração de 78 dias. As questões norteadoras do estudo são: como se dá a constituição narrativa do BBB3 e que articulações se estabelecem? Que estratégias narrativas são utilizadas visando à transformação de anônimos em celebridades? Será o reality show uma narrativa que se baseia no real ou não?

O *corpus BBB3* foi dividido em cinco estratégias: a) começa o grande espetáculo; b) na casa: o show da vida; c) ações e reações; d) exclusão do jogo; e) o grande ven-

*Prof.a do Curso de Comunicação Social da UFPB. Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP).

cedor. Cada uma delas foi, então, analisada de modo a destrinçar o sentido deste texto visual. A Semiótica e a Antropologia forneceram instrumental teórico-metodológico para o desenvolvimento da pesquisa, dando os devidos suportes para os estudos da narrativa e da cultura. Aquela definindo que os elementos do conteúdo só adquirem sentido por meio das interações estabelecidas entre os indivíduos; e essa, na compreensão dos processos culturais na ficção midiática.

A pesquisadora vai apresentar uma panorâmica sobre a comunicação e a cultura: “nas Ciências Humanas, os estudos da cultura são utilizados para compreender os agentes dos processos culturais, os homens; na comunicação, os modos como esses sistemas são processados para produzirem sentido” (p.22), e reforça o entendimento de cultura como um sistema que faz comunicar, principalmente nesses dias da primazia da visibilidade: “a comunicação ressignificou o olhar, não mais permitindo apenas a visão do sujeito, mas da coletividade que põe em comum suas opiniões, descrevendo o real a partir de suas próprias vivências” (p.27). A chamada “Cultura das Mídias” vai colocar a televisão como responsável por uma espécie de espetacularização da vida cotidiana do cidadão comum. No espaço televisivo é que vai se construir a cultura midiática que privilegia novos valores, novos conceitos, novos comportamentos, novos gostos etc.: “a televisão enquanto espaço de construção de significados evoca para si um lugar no qual convergem práticas simbólicas que contém, na forma e no conteúdo, abertura para a cotidianidade e para o mundo da vida. Parece ser uma nova forma de atuação desse meio que vem produzindo formatos de programas como os reality shows” (p. 31).

Ainda neste contexto comunicação-cultura, a autora aponta que o gênero reality show - “meio novela sem roteiro” - “introduz mudanças que podem ser entendidas como elementos de um novo paradigma do audiovisual” (p.33). E ela mostra a “realidade cuidadosamente elaborada” (p.37), cuja produção vai apresentando elementos variados com características técnicas telenovelisticas. É uma história sem script, mas com capítulos previamente definidos haja vista a arbitrariedade das regras, a escolha dos participantes, a arrumação do cenário. Os pontos inovadores são a “imprevisibilidade” e o voyeurismo. Outro fator telenovelistico evidente são as estratégias de marketing: a venda do programa e dos participantes. Neste ponto dá-se o clímax do programa, pois é quando se vislumbra efetivamente a Fama. A partir daí, trava-se a competição. E talvez este formato televisivo tenha tido tanto êxito também porque traz de volta antigos mitos recorrentes do imaginário coletivo que vão ser incorporados pelos participantes. A casa do BBB se torna uma arena. Os participantes, os digladiadores. Miriam Moema destina um capítulo à narrativa mítica: “A Formação do Mito na Produção Televisiva” (p.51). Ela enfatiza: “à medida que os meios de comunicação desenvolvem-se e generalizam-se, a cultura industrializada desponta e expande-se como poderosa fábrica de mitos que utiliza signos, símbolos e emblemas dos contextos sociais” (p.63). E completa: “o reality show vem se mostrando um instrumento eficaz na formação do mito da fama, que se inscreve na galeria de formas de construção da imagem de si”. E, assim, são criados os tipos – “a gostosa”, “o fortão”, “o esperto” -, e é valorizada a aparência, principalmente.

As estratégias narrativas do BBB3 partem da oposição semântica básica: anonimato vs fama. Sob uma perspectiva greimasiana, Miriam Moema vai mostrando a construção do percurso narrativo do texto televisivo e vai apontando as relações estabelecidas pelos participantes entre eles próprios (sujeitos das ações) e entre o objeto-valor – a Fama. E o plano narrativo vai apresentando a manipulação (e suas características), as competências e as devidas performances dos participantes diante das tarefas determinadas (os enfrentamentos), que são as modalizações do fazer-criar, saber-fazer e que provocam as transformações, e a sanção (do povo). O prêmio é, então, a Fama.

A pesquisadora vai analisando todo o desenrolar do programa, buscando expor a ação de cada concorrente em todas as suas aparições, de modo a apresentar a mudança do anonimato para a fama, ou seja, desde o momento em que cada participante entra na casa, até o da saída do último, que é o vencedor. Desde a primeira reunião no sofá da sala da casa, cada um deles tenta destacar-se de alguma forma, chamar mais atenção para a sua pessoa ou ainda enfatizar um jargão ou um tique que o diferencie. A casa vai tentar ser uma miniatura da sociedade brasileira: desde o início já se definem os grupos ricos vs pobres, ou burros vs inteligentes, ou espertos vs ingênuos, ou racionais vs espirituais. Miriam Moema a descreve desta maneira: “morada feita de grandes espaços abertos, portanto arejados, a casa BBB3 é iluminada como uma estrela que orienta a viagem dos sonhos. (...) A mansão, cercada de janelas envidraçadas, adquire um sentido, se percebermos o caráter central da casa. A janela é o olho aberto lançado para o horizonte, para o mundo que se apresenta emoldurado,

estabelecendo um limite entre o fora e o dentro. Os moradores bigbrodianos lançam, através das janelas, olhares esperançosos na realização de seus sonhos infinitos, centrados na contemplação, visão do sonhador que parece viver uma eterna oposição, imensidão e refúgio” (p.84). A própria casa será o cenário da transformação do sujeito. Nela serão depositadas as esperanças; e nela serão enterradas as frustrações. Ela é um palco, um *teatrum mundi*. Na condição de confinados, os participantes vão fazer da casa um cenário de lutas, intrigas, paixões diversas, encontros amorosos. Os eventos que ocorrem na casa vão ser o resumo da miserabilidade da condição humana, muito bem destacada no “confessionário eletrônico”, onde os sujeitos delatam os amigos, expõem suas mágoas e blefam. A conquista do objeto-valor Fama vai permitir que cada um dos sujeitos use as “armas” mais eficazes que tiver para ir derrotando cada concorrente semanalmente. Sendo assim, Miriam Moema salienta: “nesta perspectiva, consideramos o sentimento de negação, que percebemos entre os jogadores, como parte da constituição deste formato de programa, que estabelece na convivência a razão fundante do jogo. Essa negação aparece como sendo o sentido de esconder a presença internalizada da verdade, de que o outro é também um possível vencedor. (...) O jogador procura projetar, no outro, tudo de ruim que pensa, porque, assim, busca uma forma de defesa...(...) o que causa instabilidade no grupo” (p.92). A prática cultural de ficcionalização do drama de todos os dias adotada pela televisão vai acontecer na casa o tempo todo num misto de ficção e realidade que, muitas vezes, pode ainda revelar uma forma de controle da televisão, responsável pela constituição do perfil

que poderá ser o escolhido como vencedor (p.96).

O desenvolvimento da pesquisa vai respondendo àquelas questões iniciais e pode-se concluir, efetivamente, que são inúmeras as articulações estabelecidas para a constituição narrativa e que elas definem a construção discursiva do texto televisivo. No decorrer do programa, os sujeitos transitam entre o real e o não-real de modo a criar “realidades psíquicas, que se interpõem como modelos” (p.106). As estratégias narrativas são as mais diversas possíveis: manipulação, sedução, pressão, intimidação, tentação, e nelas se “identifica a presença de elementos ficcionais” (p.110), o que vai realmente induzir à semelhança entre este formato e o das novelas. O BBB seria “a novela da vida real”. A autora enumera as diferenças entre os dois gêneros, não deixando de enfatizar igualmente seus pontos em comum (p.111). Quanto à questão da noção de realidade contida no próprio nome, Miriam Moema sugere que é “um novo tipo de realidade”: uma espécie de mundo cenário, no qual os acontecimentos são produzidos artificialmente, com regras que pautam as ações dos integrantes. O real em que vivem os participantes é cuidadosamente construído (p.113). O que o gênero pode contribuir para introduzir algo novo que possa renovar a dramaturgia brasileira é a existência de fato desses sujeitos que têm aqueles nomes (ou apelidos), que têm uma história, família, relações diversas etc.. É onde, percebe-se, que esses participantes vão caindo na simpatia ou na antipatia do público-votante, ou seja, na realidade que se ficcionaliza sob suas próprias condições de produção.

No sítio de busca Google, o BBB3 produziu 22.200 referências. Curiosamente, tem-

se nas primeiras inserções um grande número de sítios que falam apenas de Sabrina Sato, que foi a única participante que comprovadamente saiu do anonimato para a fama e a mantém até hoje, mesmo que não tenha sido a vencedora. O assessor parlamentar goiano, Dhomini, o grande vencedor, teve seus momentos de glorificação, mas só se manteve na mídia até o surgimento do BBB4 e das atenções voltadas para a babá Cida, que ganhou a competição e atualmente peregrina em programas sensacionalistas, expondo suas mazelas e confirmando o ostracismo que a maioria dos integrantes do BBB cai.

A dissertação “Anonimato e Fama no Reality Show BBB3”, de Miriam Moema Pinheiro, vem comprovar que este percurso entre o ostracismo e a celebridade é fugaz, sim, contudo, a televisão apresenta estratégias narrativas que criam a ilusão de uma realidade que se fará eterna, como aquela dos contos de fadas, onde os casais viverão felizes para sempre, depois de ultrapassar todos os obstáculos, vencer todos os inimigos e conquistar o objeto do desejo.