

Espelhonoma: como um *Reality Show* pode ser

Reflexo de uma sociedade?

Alexandre M. Bulhões (FTC)¹

Graduando em Comunicação Social

Jefferson C. Acácio (FTC)²

Graduando em Comunicação Social

Kayo K. C. Oliveira (FTC)³

Graduando em Comunicação Social

Roberto R. M. Cotta (FTC)⁴

Graduando em Comunicação Social

RESUMO

Este artigo é o resultado de uma análise sobre as representações culturais apresentadas no *reality show Big Brother Brasil 5*. O estudo parte de observação do comportamento dos participantes do programa entre Janeiro e Abril de 2005, criticados à luz de teóricos dos estudos culturais e da Comunicação Social. O trabalho propõe uma relação do perfil dos participantes do programa com a realidade brasileira, buscando identificar os grupos culturais apresentados, mostrando que essas representações são a composição da sociedade contemporânea, além disso, expõe-se à influência dos recortes televisivos na conjuntura social. Conclui-se, então, que os *media* e alguns grupos culturais estão intercalados no contexto da pós-modernidade e como o mutualismo está no ápice, nesta “era da informação”, essas instituições humanas encontram-se em um elevado patamar.

Palavras-chave: Identidades culturais, *Big Brother Brasil 5*, recortes de TV.

INTRODUÇÃO

È a eterna contradição humana (Machado de Assis, 2003): Há milênio, os homens vivem em sociedade e, dentro desta, construíram regras e preceitos a serem seguidos. Contudo, até os dias atuais, ninguém encontrou uma maneira de frear o ser humano. Suas ideologias causam as múltiplas identidades do sujeito e a partir desta idéia é que se desenvolvem as discussões pela afirmação de cada indivíduo no contexto social e assim, nós desdizemos o que dissemos ontem e nós admitimos o que antes achávamos que nunca admitiríamos.

Os grupos culturais são o nosso objeto de estudo, sendo estes componentes da humanidade, procuramos não fazer determinismos neste trabalho. O que tentaremos é metaforizar o *Big Brother 5* e as identidades culturais e isso estará aberto a discussões, questionamentos e contestações.

Representações culturais e *Big Brother Brasil 5*. Qual a relação?

Pensar em representatividades culturais na contemporaneidade remete a idéia de um entendimento das sociedades circundantes no globo, considerando que o comportamento

dos homens no contexto social é vulnerável a constantes reconfigurações, o que vai fomentar um processo de mutação e diversidade de identidades culturais. Estas mutações ocorrem a partir das diversas informações que recebe. Nesse sentido, pode-se dizer que está cada vez mais difícil propor uma delimitação da identidade, como aponta Hall (2004). A partir desse pressuposto, percebe-se que o ser humano é uma criatura difícil de ser padronizada, pois ele é mutável e diferenciado de toda forma simples ou complexa existente no planeta. Sob essa perspectiva, conclui-se que a lógica é apenas uma tentativa de explicação de um determinado fato, mas definir o ser humano é algo que transpõe os pensamentos lógicos, concretos e exatos.

Desde os primórdios da humanidade, o homem sente a necessidade de se agrupar para enfrentar as adversidades de cada situação. Dessa maneira, formam-se sociedades que se constituem como civilização. Ressalta, entretanto, que os seres humanos unem-se a partir de determinados aspectos como afinidade, etnia, similaridade ideológica, estética, imposições sociais.

Os relacionamentos humanos dimensionam-se em um processo paulatino, envolvendo o contexto histórico, político, econômico e social, por milênios. Civilizações, etnias, nações e pequenos

grupos culturais surgem e tempos depois desaparecem ou modificam-se, formando outras ou novas socializações e arquitetando a história mundial, conforme Hall (2004). Para entender essa conjuntura, no final do século XIX, na Europa, desencadearam-se estudos antropológicos, visando o aprofundamento dos conhecimentos sobre o próprio homem e, facilitando o domínio político-econômico por parte dos chamados Estados desenvolvidos sobre nações ou colônias periféricas na Ásia, África e América Latina. Ainda nesse século, o filósofo alemão Karl Marx, em uma crítica à conjuntura do mundo capitalista, desenvolve uma linha de pensamento, defendendo a luta de classes pela igualdade social. Nesse período de contínuas transformações sociais, emerge a necessidade de estudar sobre as peculiaridades culturais, e assim, surgem os chamados estudos culturais, que no século XX, ampliam as críticas do marxismo, ao modo capitalista, redimensionando as suas discussões, comportando-se, como instrumento para crítica das relações sócio-econômicas vigentes no auge da Revolução Industrial.

A partir de 1930, várias escolas entram em evidência na Culturologia, como a teoria crítica da Escola de Frankfurt, que buscava entender os efeitos causados pelos meios de comunicação de massa na sociedade, teorizando que estes fabricavam produtos meramente comerciais. Nesse período aparece a revista *Scrutiny*, fundada por F.R. Leavis, que entendia a crítica literária como vigilante do campo humanístico e defendia a perpetuação das grandes obras, colocando literatura e cultura num plano intocável, porém capazes de propor transformações sociais, se forem devidamente utilizadas como instrumento de educação popular. A *Scrutiny* contrapôs à teoria marxista sobre cultura, pois percebeu uma contradição nas idéias do marxismo, como analisa Cevalco (2003, p.121):

Uma vez que o marxismo pensa a cultura como algo que se dá no mundo real, acaba implicando, sempre segundo Leavis, na ordem que quer combater, ou seja, acaba entrando em contato com o mundo, na definição memorável de Leavis, “do rádio, do cinema e do carro econômico”. Combater esse mundo material é parte da função “social” de *Scrutiny*,

assim como treinar a minoria que manteria a tradição de uma cultura ideal, isolada dos problemas do mundo concreto.

No decorrer do processo dos estudos culturais, observa-se o afloramento de grupos culturais, então, os estudos tornam-se mais contundentes. Surgem manifestações culturais como o feminismo, o homossexualismo, o *punk*, as socializações *hippies*, além de movimentos étnicos, a exemplo dos *black panthers*, nos anos 1960 e 1970. No final da década de 1990, vários movimentos estavam em plena evidência e buscando espaço social, quando, então, os meios de comunicação de massa ampliam seus espaços para esses grupos. Os *mass media* entendem que essas diversas culturas podem fomentar a indústria mediática, pois cada grupo tem hábitos e costumes peculiares e assim, os meios começam a buscar formatos de modo a abarcar esses grupos para saciar interesses próprios e ao mesmo tempo, propõem a inserção desses grupos no âmbito social, nesse sentido, os *media* contribuem para construção de uma realidade, como observa Bordenave (2003, p.81):

Essa capacidade de construir a realidade é uma qualidade positiva dos meios como extensão do homem, pois permite ao receptor alargar seu mapa do mundo. Mas também constitui um perigo porque permite aos meios oferecer um mapa tendencioso.

Com Bordenave (2003) infere-se que a medida em que os meios tornam-se tecnologicamente mais complexos, adquirem possibilidades de atingirem públicos cada vez mais distantes. Assim, pode-se comentar que a televisão torna-se, continuamente, mais ágil e mais abrangente. A programação televisiva começa a abrir espaço para atender ao mercado de grupos culturais antes discriminados. Nesse contexto, pode-se inserir a produção dos *reality shows*, programas geralmente em formato de competição, onde participantes são vigiados constantemente por câmeras, cujo objetivo é mostrar esses participantes da maneira mais realística possível. Estas pessoas, entretanto, acabam por representar grupos culturais. Esses programas constituem-se como uma das fórmulas mediáticas de maior geração de receita e de divulgação das representações culturais. Não se sabe quem foi o precursor da idéia dos *reality shows*, mas sem dúvida, um dos mais relevantes idealizadores desse tipo de evento foi George Orwell, escritor inglês que inspirou o programa *Big Brother* com seu livro 1984, lançado na década de 1940, em que habitantes de um país

ESPELHONOMIA: COMO UM *REALITY SHOW* PODE SER REFLEXO DE UMA SOCIEDADE?

fictício são vigiados o dia todo por câmeras manipuladas pelo governo. No exato ano de 1999, o canal holandês “Veronica” exibiu o programa *Big Brother* pela primeira vez, após ter adquirido os direitos de transmissão do grupo Endemol. No ano seguinte, o programa espalhou-se por 19 países e se tornou um fenômeno mundial. Em 2002, o *Big Brother* chegou ao Brasil por intermédio da Rede Globo de Televisão e causou enorme *frisson*, prendendo a atenção de milhões de brasileiros, transformando seus participantes (antes desconhecidos cidadãos) em celebridades instantâneas e proporcionando para alguns deles muito dinheiro.

Entre 2002 e 2005, houve cinco edições do programa no Brasil. As quatro primeiras edições obtiveram amplo sucesso de audiência em todas as regiões do país, mas foi a quinta edição que incrivelmente causou maior impacto na sociedade brasileira. Os motivos desse sucesso foi a variedade de grupos culturais representados pelos 14 participantes do programa e as discussões entre eles pela auto-afirmação dos grupos ao qual representavam. Desse pressuposto é que se desencadeia a relação dos estudos culturais com os participantes do *Big Brother* Brasil 5, o que será discutido no tópico seguinte.

As múltiplas identidades do BBB 5

As representações culturais estavam explicitamente expostas na última edição do *Big Brother* Brasil (BBB). Nessa ótica, relaciona-se os participantes a um determinado grupo cultural ou a vários grupos, que podem ser avaliados à luz de estudiosos que trabalham com as questões das identidades culturais.

Desde o iluminismo, há três concepções de sujeito e suas identidades: o sujeito do iluminismo, o sociológico e o pós-moderno, segundo Hall (2004 p,10-11): O sujeito do iluminismo estava baseado numa concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo “centro” consistia num núcleo interior [...]. A noção do sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era formado na relação com “outras

pessoas importantes para ele” que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos [...]. O próprio processo de identificação através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório variável e problemático. Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente.

No período em que ocorreram as idéias do iluminismo não existia uma convicção de que todos seguiam essa corrente de pensamento, portanto, nem todos os sujeitos que viveram nessa época eram realmente sujeitos do iluminismo. Em contra partida, a Sociologia desenvolveu uma concepção, por volta do século XIX, de que o sujeito é um elemento apenas social. Contudo, será que o sujeito pode ser considerado apenas um produto do meio. O homem não deve ser delimitado, pois abrange conceitos e identidades muito mais vastos que isso. É nesse sentido que Hall(2004) entende que o sujeito na contemporaneidade tem suas características identitárias de acordo com o momento e contexto social em que se encontram. Por essa aceção argumentase com Castells que as identidades culturais podem ser delimitadas enquanto legitimadora, de resistência e de projetos:

Em outra famosa definição, o ser humano é fundamentado em três formas de construção de identidades: a legitimadora, a de resistência e a de projeto, segundo Castells (1996, p.24): Identidade legitimadora: introduzida pelas instituições dominantes da sociedade no intuito de expandir e racionalizar sua dominação em relação aos atores sociais [...]. Identidade de resistência: criada por atores que se encontram em posições/condições desvalorizadas e/ou estigmatizadas pela lógica da dominação, construindo, trincheiras de resistência e sobrevivência [...] Identidade de projeto: quando os atores sociais, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural ao seu alcance, constrói uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade e, ao fazê-lo, de buscar a transformação de toda estrutura social (1996, p.24).

Admite-se, assim. Que os conceitos de Hall (2004) e de Castells (1996) são complementares, pois analisam as identidades de formas diferentes, aceitando a possibilidade do sujeito movimentar-se por ente as esferas da cultura, na qual ele venha assumir identidades diferentes ou múltiplas conforme a conjuntura social em que se encontra. Pela concepção de Castells, identifica-se o grupo liderado pelo médico Rogério, composto por dez

participantes, no início do programa, como sendo de identidade legitimadora, porque tentavam oprimir quem não aderisse a sua ideologia. Por outro lado, ainda na concepção de Castells, analisa-se o grupo que incluía o professor e homossexual Jean, a *miss* loura, mas não burra, Grazieli, a pernambucana Pink e o sansei Sammy como de identidade de resistência, afinal, estes se negavam as imposições do então grupo legitimador. Contudo, quando este grupo de resistência toma copo no jogo e começa a equilibrar as forças com o grupo dominante, ele admite uma identidade de projeto. No final da disputa, os valores e ideais desse grupo tornam-se preponderante e então, ele adquire uma identidade legitimadora. Nesse momento, pode-se dizer que aquele grupo legitimador perde suas perspectivas próprias, evidenciando a morte dos seus membros, que pode ser ratificado por suas eliminações nos chamados paredões, como se observa à luz de Hall (2004, p.24): Uma vez que o sujeito moderno emergiu num momento particular (seu “nascimento”) e tem uma história, segue-se que ele também pode mudar e, de fato, sob certas circunstâncias, podemos mesmo contemplar sua “morte”.

Após o grupo de Jean ter assumido o controle da competição, o grupo que antes era legitimador foi perdendo seus membros semana pós semana, até que em uma determinada fase, restava apenas a dançarina Karla, que não se adequava ao outro grupo, que seria a próxima eliminada pelos legitimadores, depois de acontecê-lo, confirma-se a morte do sujeito e também de um dos grupos.

Considerando os conceitos do autor da citação, o participante Jean é um verdadeiro protótipo do sujeito contemporâneo, com identidade múltipla, representando ao menos cinco grupos culturais: Homossexuais, negros, intelectuais, baianos e adeptos do Candomblé. Contudo, pode-se também contextualizá-lo a partir das concepções do pensamento iluminista, averiguando que seu comportamento durante o programa manteve-se inalterado, que caracteriza um indivíduo consciente, dotado de razão, que parecia focar a vitória. Porém essa concepção apenas ratifica a idéia de Hall (2004), afinal, esta é mais uma

identidade do sujeito Jean. Nesse mesmo direcionamento de representatividade cultural destaca-se a pernambucana Pink e a *miss* Grazieli. A primeira apresentava ao público expressões populares, comuns no nordeste brasileiro, como “as pregas do furico de Odete”, que sinaliza uma pessoa com extremas capacidades e competências. Além do seu sotaque, modo de se comportar e valores morais que compõem o imaginário sobre o povo dessa região (fidelidade exacerbada, comunicabilidade, sinceridade), no entanto, ela demonstrava um gosto estético diferente dos padrões imaginados de sua localidade. A *miss*, com um comportamento comedido, contribuiu para por em cheque um antigo rótulo sobre as mulheres louras e bonitas, que as delimitavam como vulgares e burras. Assim a participante representou um grupo de mulheres contemporâneas que ao mesmo tempo primam pela feminilidade, buscam se impor numa sociedade ainda machista e patriarcal, com seus valores que prezam pela igualdade social e sexual. Na mesma vertente, o médico Rogério ao que se esperava no início do programa representaria uma classe médica delimitada, aquela pessoa distinta, totalmente ética e que em nenhum momento pronunciaria gírias, mas o que ele expôs não condiz esses conceitos. Os demais participantes também podem ser identificados como sujeitos descentrados, de acordo com Hall, pela falta de direcionamento próprio, pois durante a competição, sofreram diversas influências e pressionamentos de outros para decidir questões que deveriam dizer respeito somente a si. Diante dessa linha de pensamento de Stuart Hall, percebe-se então, que as concepções dele sobre a identidade são extremamente pertinentes, pois tomando apenas como parâmetro um programa composto por 14 pessoas, há indivíduos que pertencem a mais de grupo cultural e assim apresentam várias identidades. No momento em que um sujeito tem características iluministas, ou tem características sociológicas, uma dessas adicionada ao pós-modernismo de Hall, torna esse sujeito totalmente pós-moderno, por ter uma falta de direcionamento na própria identidade. A linha de pensamento de Castells apresenta-se plausível também, porque as divisões de identidade de um determinado grupo assumem um caráter variável. Assim por uma analogia a atual conjuntura social, política e econômica do Brasil,

ESPELHONOMIA: COMO UM *REALITY SHOW* PODE SER REFLEXO DE UMA SOCIEDADE?

percebe-se que as concepções de Castells são mais adequadas a população brasileira, que está posicionada na direção das três identidades preconizadas por esse teórico. É nessa forma de análise que se entende a relevância que essa variedade de pessoas, representando vários grupos culturais, numa casa, sendo vigiados por 24 horas por dia durante três meses têm para a sociedade brasileira no geral, considerando que esses competidores são reflexos dos grupos culturais existentes no país e por isso, fomentam inúmeras discussões em toda sociedade brasileira. E assim o Big Brother Brasil 5 constituiu-se como um reflexo da sociedade brasileira contemporânea.

Poder da edição

Percebido a grande variedade de representações culturais no programa supracitado, notase também que os recortes de TV contribuíram para a delimitação de cada grupo, assim como para o andamento da competição. Os meios de comunicação conseguem através desse prognóstico, atingir seus objetivos e ao mesmo tempo atender as necessidades dos receptores ou até ludibriá-los. Nessa ótica sobre os meios de comunicação pontua Bordenave (2002, p.80-81): Da enorme quantidade de fatos e situações que a realidade contem, os meios selecionam só algumas, os codificam as suas maneira, os combinam entre si, os estruturam, e recodificam formando mensagens e programas, e os difundem, carregados agora da ideologia, dos estilos e das intenções que os meios lhes atribuem(...) Cria -se assim uma “ilusão referencial”, segundo a qual o leitor, ouvinte ou televidente, acredita que o que lê, houve e vê na tela é a realidade, quando, na verdade, não é senão uma “construção da realidade”.

A vastidão de representações culturais delimita a formação de grupos, fomentando o embate entre os competidores e identificando a sociedade com os tais participantes do programa. Por conseguinte, os variados grupos culturais contribuíram para os elevados índices de audiência do programa. Mais uma vez, a edição definiu o ritmo do *Big Brother* Brasil, fato claramente expresso nos chamados “paredões” da disputa, melhor especificando, os dias de eliminação dos

participantes, quando a editoria do programa traçava um perfil dos candidatos à eliminação e, nessa situação, praticamente direcionava a votação, enfatizando em quem o grande público deveria votar, ou seja, fabricando uma *Agenda-setting*. Assim aponta-se de acordo com Bordenave (2002) que o processo de edição fomentou uma “ilusão referencial” sobre os participantes do BBB 5. Pode-se dizer, que, a edição influenciou para que alguns competidores deixassem o programa com aproximadamente 90% dos votos dos telespectadores, por mais que esses telespectadores tivessem uma predisposição para eliminar esses candidatos propostos pela diretoria e editoria do programa televisivo.

O poder da edição inseriu-se ao longo da história televisiva e ainda continua extremamente presente como fato diferencial nas escolhas de uma sociedade ou de uma nação, impondo ideologias e os interesses dos meios. Esse poder de construção de uma realidade, elege e depõe chefes de Estado, impõe hábitos e costumes, une e segrega grupos ou pessoas, elimina ou torna vitorioso competidores de *reality shows*, além de outros diversos atributos. Realmente é muito difícil não ser influenciado e coagido pela ideologia da TV, principalmente por causa do poder da edição. Não obstante, é preciso que sejam desenvolvidas formas de despertar no grande público uma leitura crítica para que este não comporte-se como uma audiência amorfa, mas sim, compreender que são eles quem fomentam a geração de lucros financeiros para os *mcm*, por isso, não deve se deixar dominar por estes meios.

Considerações finais

Os grupos culturais cada vez mais estão evidenciados nos meios de comunicação de massa. O *Big Brother* Brasil 5 foi apenas foi um canal para difusão desses grupos, que simbolizam a sociedade brasileira e permeiam as discussões sobre a auto-afirmação no contexto social.

Ninguém sabe, ao certo, se a sociedade brasileira entende a importância da constante formação de grupos culturais ou se ela reconhece que esses grupos são a própria composição dessa sociedade. O que realmente percebe-se é o alongamento da relação entre os meios de comunicação de massa e os grupos culturais para atender às necessidades mútuas. No contexto dessa sociedade, o mutualismo é um fator primordial para sobrevivência, tendo em vista que a mundialização não abre espaço para o individualismo e quer cada

vez mais a interligação dos seres humanos, seja do modo que for, para que sua sistematização permaneça vigente. Alguns grupos culturais entenderam esse sistema muito bem, e por esse motivo buscam seu espaço na conjuntura social, principalmente através dos meios de comunicação de massa, desencadeando discussões que já se tornaram cíclicas, como a homofobia, os preconceitos étnicos, o machismo, o feminismo, a religiosidade e o “descentramento” do sujeito. Pergunta-se então, se em algum dia esse sujeito foi centrado e se a resposta for afirmativa, onde esteve ou está esse centro? O que é importante ser visualizado é a constante mutação do homem, e isso desde o seu início existencial, portanto, não se pode centralizar algo incentralizável. No século II, o astrônomo alexandrino Ptolomeu engendrou a teoria Geocêntrica, ou seja, dizia que a Terra era o centro do universo. Já no século XVI, o astrônomo polonês Nicolau Copérnico desbancou essa teoria vigente por catorze séculos, teorizando que o sol era o centro universal. Séculos depois, a geometria, a física, a matemática e a astronomia descobriram que não há um centro universal, pois o universo é infinito e tudo que é infinito

é incentralizável, portanto, se o ser humano é uma criatura com capacidades intelectuais infinitas, logo, não se pode centralizá-lo de forma alguma. O comportamento humano nunca foi unificado. Em nenhum momento evidenciou-se um comportamento linear, porque as vertentes seguidas pelo homem são consequência do próprio convívio social e há de se concordar também, que cada ser interpreta diferentemente as informações que recebe.

A pós-modernidade talvez não exista, assim como o sujeito pós-moderno e, será que em algum dia existiu a modernidade ou a antiguidade? Tem que se entender que a progressão histórica da humanidade nada mais é do que somente uma simples sucessão de transformações do próprio ser, então, por que considerar um período como pós-moderno, moderno ou antigo se a personagem principal (ser humano) dessa determinada época está presente em todos esses períodos? O tempo, a progressão histórica, o centro do sujeito, suas identidades, todas as etnias e culturas são meras convenções sociais, porém, o que o homem deve assimilar é que não há raça, etnia ou grupo cultural, existe apenas uma espécie, chamada *Homo Sapiens*, que deveria procurar sua integração, perpassando todas as barreiras geográficas, étnicas, sociais e culturais.

Referência bibliográfica:

- ASSIS, Joaquim Maria Machado de. **Histórias sem data**. São Paulo: Ática, 2003.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens**. 10 ed. Petrópolis, 2002.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CEVASCO, Maria Elisa. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2003.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos. O declínio do individualismo nas sociedades modernas**. 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

¹ Primeiro semestre do curso de comunicação social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC de Itabuna/BA;

² Primeiro semestre do curso de comunicação social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC de Itabuna/BA;

³ Primeiro semestre do curso de comunicação social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC de Itabuna/BA;

⁴ Primeiro semestre do curso de comunicação social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC de Itabuna/BA.