

3.

“Vamos dar uma espiadinha?!”

“Hoje é que estamos a viver, de fato, na Caverna do Platão, porque as próprias imagens que nos mostram... de uma maneira substituem a realidade. Nós estamos no mundo que chamamos ‘o mundo áudio-visual’... nós estamos efetivamente a repetir a situação das pessoas aprisionadas, ou atadas, na Caverna do Platão: olhando em frente, vendo sombras e acreditando que essas sombras são realidade...” (Saramago, JANELA... 2002)

É cada vez maior a difusão de programas televisivos destinados a documentar “alguma realidade” e transformá-la em um espetáculo para os telespectadores. Vários países têm incluído em suas grades de programação os *reality shows*, nos quais se destacam: Holanda, Suécia, Áustria, Alemanha, Dinamarca, Estados Unidos, Argentina, Uruguai, México, Portugal, Brasil, Chile, Venezuela, Colômbia e Rússia. No geral, este tipo de atração pode ser transmitido por 24 horas, mediante pagamento extra (por meio do sistema *Pay-Per-View* ou PPV), em horários específicos determinados pelas emissoras, bem como via Internet, em alguns casos.

Freqüentemente, são criados e produzidos formatos diferentes de *reality shows* com regras e objetivos específicos, que variam de acordo com a temática proposta. No Brasil, muitas dessas versões já foram apresentadas ao público sendo a do *Big Brother* a mais bem sucedida em termos de audiência e repercussão, tanto em canal aberto (quando exibido pela maior emissora brasileira, a Rede Globo de Televisão), quanto em fechado (transmitido pelo *Multishow* e *Pay-per-View*).

3.1.

Como tudo começou: a invenção dos *reality shows*

Os primeiros *reality shows* surgiram nos Estados Unidos por volta da década de 1930 e seu maior precursor foi Allen Funt. Nova-iorquino, nascido em 1914, Funt se formou precocemente na escola (aos 15 anos) e ingressou no ramo artístico antes mesmo de entrar para a universidade, onde se graduou em

Belas Artes. Ele complementou sua formação, fazendo vários cursos na Columbia University School of Business Administration, quando iniciou sua carreira no rádio. Durante a Segunda Guerra Mundial, foi convocado pelo exército americano para servir como radialista por cinco anos. Neste período, aprimorou e descobriu novas técnicas de gravação oculta, que mais tarde, em 1947, foram utilizadas em seu programa, na ABC Radio Network, *Candid Microfone Show* (ou Show do Microfone Sincero). Extravasando seu senso de humor cômico, Funt começou a usar microfones escondidos, para captar os momentos desprevenidos das pessoas e fazê-las rirem de si mesmas. Devido ao enorme sucesso, o programa foi adaptado para a televisão apenas um ano depois¹, desta vez, com o nome *Candid Camera*. Sua premissa era simplesmente surpreender pessoas comuns e observar com câmeras escondidas como se comportavam diante de situações bizarras e inesperadas criadas por atores que faziam parte de sua equipe. Geralmente, as reações de surpresa das “vítimas” eram hilárias e fizeram o programa alcançar muito sucesso, de 1960 a 1967, na CBS-TV. Nas duas décadas seguintes, Funt produziu várias versões especiais da atração para emissoras como a NBC e a CBS. Sabendo dos efeitos positivos que uma boa risada poderia proporcionar à saúde, além dos filmes e livros publicados, ele também fundou algumas entidades filantrópicas voltadas para a pesquisa acadêmica e para a divulgação de todo o material, que incluía gravações e filmes, coletado durante a sua experiência nesta área. Após entreter pessoas por aproximadamente sessenta anos, Allen Funt faleceu em 1999, deixando sua infinita contribuição de caráter humorístico que também marcou o avanço tecnológico da televisão².

Ao documentar a autenticidade do comportamento humano em situações reais inusitadas e, de certa forma, colocar a realidade dentro da televisão, Allen Funt inaugura um novo estilo televisivo, onde, segundo ele, “A estrela maior é você!”: os *reality shows*, ou os “shows da realidade”.

De acordo com Ron Simon (informação verbal)³, o formato dos *reality shows* conquistou sua importância ao permitir que pessoas comuns fossem vistas na televisão, onde predominava o inalcançável mundo “*hollywoodiano*”.

¹ Em 1949, apenas 2% das famílias norte-americanas possuíam um aparelho de televisão. Em 50, o número aumentou para 10% e em 51 para 13%. Em 1961, 90% dessas famílias já tinham pelo menos uma TV. Para saber mais cf. Cashmore (1998).

² A biografia de Allen Funt foi extraída dos sites: <www.candidcamera.com/cc2/cc2e.html> e <www.timvp.com/candid.html> Acesso em: 4 mai. 2005.

³ Informação fornecida no III Encontro Internacional de Televisão, no Rio de Janeiro, em 26 nov. 2004.

Com a evolução das técnicas de comunicação, as câmeras deixaram o cenário previsível, fechado e montado dos estúdios e das novelas, para ganhar espaço nas ruas e no cotidiano real de cada um. Essa proximidade com a vida ordinária do público foi um dos ingredientes que garantiu a permanência de tamanho sucesso até os dias atuais.

Todavia, o trajeto desses shows da realidade foi bastante árduo. Antes de invadirem a televisão, muitos roteiros foram construídos, a fim de saber no que, e como, uma pessoa poderia influenciar a outra. Grande parte deles foi inspirada em experimentos psico-sociológicos feitos na época: uma espécie de laboratório humano, onde alguns sujeitos reunidos em ambientes artificiais eram observados para ver o que aconteceria nas situações impostas pelo experimentador⁴. Entre os anos de 1960 e 70, questionou-se muito sobre a ética (ou antiética) em se fazer experimentos com indivíduos sem que estes soubessem previamente. Mas em 1973, uma família americana de Santa Bárbara (Califórnia), finalmente, autorizou a transmissão televisiva – pela PBS, uma emissora da TV aberta dos EUA – de seu dia-a-dia.

Diferente de todas as produções feitas até então, na série *An American Family* não havia atores, nem ficção. A vida real de um casal com cinco filhos e com todos os problemas de uma família comum era enfatizada e distribuída publicamente. Durante as gravações, a produção interferia indiscriminadamente e, ao seu término, foi feita uma recapitulação (uma espécie de *story line*) para selecionar o que seria apresentado para o público. Ao todo, o projeto levou um ano para ser editado e manteve uma grande audiência com cerca de dez milhões de telespectadores⁵. Entretanto, o programa foi alvo de muitos críticos, pelo fato de o primogênito daquela família ter admitido ser homossexual e o casal ter se separado durante a exibição do programa. A população pareceu estar dividida: por um lado, achava a atração interessante; por outro, acusava a família de ser falsa e trair o senso comum americano⁶. Na realidade, a família não era falsa, mas a presença da câmera fazia toda a diferença, pois ao saberem que estariam sendo observados, os comportamentos dos membros da família tornavam-se artificiais, planejados. Todavia, mesmo havendo uma clara simulação, a manipulação do programa em si foi aceita pelo público sem maiores

⁴ Em “Mente e Cérebro”, Slater (2004) ilustra alguns experimentos psicológicos de forma bastante interessante.

⁵ Dados obtidos do site oficial da PBS <<http://www.pbs.org/lanceloud/american/>> (acesso em: 4 mai. 2005).

⁶ Observação feita por Ron Simon no III Encontro Internacional de Televisão, em 26 de novembro de 2004.

consequências. Esta série marcou uma verdadeira revolução no formato dos *reality shows* ao possibilitar a visibilidade de situações rotineiras e não apenas a das cômicas.

Ron Simon (2004) conta ainda que nos Estados Unidos, na década de 1980, iniciou-se um trabalho televisionado mais versátil, com um misto de versões de simulações com atores, inserindo em algumas telenovelas trechos de *reality shows*, onde ora se seguia um roteiro predeterminado e ensaiado, ora se permitia a livre improvisação.

A confusão entre a vida real e o que aparece na televisão é vital para o funcionamento dos *reality shows*. O sujeito que participa deste programa se comunica com o público na primeira pessoa: ouvimos o que ele fala e sabemos o que se passa dentro e fora dele quando o vemos reagir ao que está sentindo. Podem até ser representações, mas não se tornam irreais por isso. Elas podem ser vividas e sentidas como reais, na medida em que esses programas apresentam a sociedade para si mesma, ou seja, quando é possível identificar neles características comuns a cada um. Por meio destes programas, pode-se falar em: competição, relacionamento, alianças, poderes, negociações, amizades e também no que as pessoas são capazes de fazer para sobreviver em qualquer lugar, seja na selva, na empresa ou em uma casa – como: *No limite* (versão brasileira do *Survival*); *O Aprendiz*; e *Big Brother*, respectivamente⁷.

Se, há pouco mais de trinta anos, a observação da espontaneidade de alguns comportamentos humanos só poderia acontecer por meio de experimentos com protagonistas involuntários, hoje em dia, o número de voluntários, dispostos a expor suas atitudes e emoções nos *reality shows*, cresce muito rápido, mas em meio a intensas críticas. Isso porque de acordo com Ron Simon (2004), a importância deste gênero ainda é muito subestimada: muitos intelectuais acreditam que nada de produtivo ou de interessante possa ser apresentado neste programa de puro entretenimento e asseguram que, no máximo, seus participantes são marionetes dirigidas pela equipe de produção da atração.

⁷ Estes são 3 exemplos de *reality shows*, que têm feito muito sucesso. Segundo Ron Simon (2004), o *Survival* continua tendo uma grande repercussão nos EUA, diferente da versão brasileira, o *No Limite*, já extinto. Neste programa, os participantes ficam isolados em uma selva, onde recebem tarefas que vão desde achar pistas em lugares inóspitos até a degustação de uma culinária exótica: olhos de cabra, testículo de boi, minhoca com espinafre, etc. Já *O Aprendiz* começou sua temporada no Brasil há pouco tempo com Roberto Justos, mas é um programa muito difundido entre os países. É uma série americana, comandada por Donald Trump, cujo objetivo é selecionar um presidente para uma de suas empresas. Para isso, os participantes cumprem os

Contudo, nossa questão transcende este enfoque, pois, independente da opinião de cada um, o *Big Brother* mantém um alto índice de audiência e sobrevive, sem qualquer risco de “morte anunciada”, por cinco edições no Brasil⁸. Sejam fúteis ou de caráter científico, esses programas oferecem um rico material para quem se interessa em falar sobre o tema, no melhor estilo do jargão: “*falem bem ou falem mal, mas falem de mim*”⁹.

3.2.

Big Brother Brasil: consumindo o sonho de ser famoso

A apresentação televisionada do *Big Brother Brasil* (BBB) expõe diferentes informações simultaneamente que compõem todo o conjunto da atração. Entretanto, devido ao grande número, à rapidez e ao enfoque dado pelos editores do programa, a maior parte dos estímulos transmitidos, geralmente, passa despercebida pelos telespectadores. Pensando nisso, separamos alguns desses estímulos e oferecemos, tão detalhadamente quanto possível, as condições de criação deste programa e de sua transformação em espetáculo.

Nesta seção – mas já visando aperfeiçoar a análise posterior – iremos nos ater à descrição da quinta edição do BBB e utilizaremos as informações das edições anteriores apenas quando forem relevantes, a fim de evitar a redundância.

Para fins de esclarecimento, os três primeiros tópicos que serão apresentados: “Endemol”, “A inspiração” e “O nome” estão relacionados ao *Big Brother* como um todo. Os tópicos seguintes falam especificamente sobre o BBB5.

3.2.1.

Endemol

Em 1994, dois produtores de televisão bem sucedidos na Holanda, Joop van den Ende e John De Mol, associaram-se e fundaram a Endemol¹⁰. Esta

mais diversos desafios relacionados a consultoria, marketing e vendas. Sobre o *Big Brother* falaremos a seguir.

⁸ Na Espanha já se encerrou a sexta edição do *Big Brother*. No Brasil, o BBB6 começará em 10 de janeiro de 2006.

⁹ Gene Simmons, baixista da banda Kiss.

¹⁰ Sobre a trajetória da Endemol e de seus criadores, bem como suas estratégias e seus níveis de atuação no mercado mundial, basta acessar o site: <www.endemol.com> acesso em: 16 abr. 2004.

companhia se expandiu rapidamente tornando-se uma das maiores produtoras independentes de televisão do mundo, passando a criar e exportar vários formatos de programas (hoje em dia, cerca de 500 fazem parte de seu catálogo), desde gêneros como seriados e programas de variedades até *reality shows*.

A idéia de produzir um programa onde pessoas eram, voluntariamente, confinadas numa Casa¹¹ e filmadas durante todo o período de permanência foi testada na Holanda em 1999 e superou as expectativas com sucesso absoluto. Três anos mais tarde, este formato chegou ao Brasil e após cinco edições ainda mantém um alto nível de receptividade do público.

3.2.2. A inspiração

Numa entrevista concedida à revista *Veja* (2003), John De Mol explica como surgiu a idéia do formato do *Big Brother*:

Para ser honesto, foi por acaso. Há cinco anos, promovemos um encontro de criadores num hotel, para conceber um novo programa para uma emissora holandesa. A reunião foi um fracasso: depois de passarmos o dia todo juntos, não surgiu uma idéia sequer digna de nota. Então, o jeito foi encher a cara num bar. Já tinha tomado uma quantidade razoável de drinques quando alguém na mesa mencionou que havia lido num jornal americano uma notícia sobre um projeto científico chamado Biosfera 2, em que um grupo de pesquisadores se isolara numa estufa por um longo período, como se estivessem em outro planeta, e todo aquele blá-blá-blá. Logo de cara, fiquei muito interessado em saber mais detalhes sobre o Biosfera 2 e o que acontecera na experiência. A idéia básica do *Big Brother* nasceu aí. (MARTHE, 2003)

Ao contrário de sua origem, o sucesso do *Big Brother* não aconteceu por acaso. De Mol continua seu relato, contando que após o fracasso do *Biosfera 2*¹², sua equipe fez uma série de entrevistas com os pesquisadores que ficaram isolados dentro do gigantesco laboratório, a fim de aproveitar algumas lições e adaptá-las para a televisão:

¹¹ A palavra 'casa' virá com a primeira letra maiúscula quando estiver relacionada ao lugar onde se passa o BBB.

¹² O objetivo deste ambicioso projeto era entender melhor como o Planeta Terra funcionava e de que maneira se dava a interação entre os humanos e as demais espécies do ecossistema terrestre. Para isso, foi construído – numa área de mais de 12.000m², no Arizona – um imenso laboratório ecológico em aço e vidro, totalmente isolado do exterior. O fracasso deste projeto se deu por vários motivos: a infra-estrutura deste ambiente artificial era extremamente complexa e além da composição do ar estar alterada (exageradamente rarefeito), um dos maiores problemas estava relacionado à dificuldade em conseguir alimento suficiente – Para maiores detalhes cf. o site: <www.editorasaraiva.com.br/eddid/ciencias/biblioteca/artigos/biosfera2.htm> acesso em: 14 abr. 2004.

Biosfera 2 era um projeto sério que acabou se revelando uma piada, enquanto o *Big Brother* é um programa de entretenimento que acabou se tornando objeto de uma porção de estudos. A vida é curiosa, não? A meu ver, os fatores que levaram ao fracasso do projeto são exatamente os ingredientes que fazem o sucesso do programa. (MARTHE, 2003)

Desconsiderando eventuais problemas técnicos, situações de confinamento por si só (tanto no projeto *Biosfera 2*, quanto no *Big Brother*) são geradoras de grande tensão emocional e podem interferir de modo significativo nas interações entre os indivíduos. Para o trabalho científico, certas desavenças pessoais perturbaram bruscamente o andamento da pesquisa, enquanto para o *reality show* isso foi motivo de grande audiência.

3.2.3. O nome

Muitas pessoas acreditam que o nome do programa foi inspirado no romance *1984*, de George Orwell, por se tratar de um Estado autoritário que comanda a população por meio de televisores espalhados pela cidade, inclusive dentro das casas. Entretanto, na mesma entrevista à *Veja* (MARTHE, 2003), De Mol esclarece: “Engana-se quem imaginar que o livro ‘1984’, de George Orwell, tenha sido uma influência. Não foi. [...] Só peguei o nome ‘Big Brother’ emprestado porque ele soava melhor do que o título inicial do programa, ‘A Gaiola Dourada’.”

3.2.4. Os participantes: *Big Brothers*

As pessoas que desejam participar do *Big Brother Brasil* devem registrar suas imagens e suas vozes em uma filmagem com, no máximo, 5 minutos e encaminhar a gravação em fita VHS para a produção do programa junto com um longo questionário respondido¹³. A seleção dos candidatos começa com quatro meses de antecedência e é feita pela equipe de produção do BBB, que segue

¹³ O questionário e o regulamento das inscrições para o processo seletivo do BBB encontram-se, respectivamente, nos anexos 7.4. e 7.5.

rigorosamente os critérios estabelecidos pela Endemol¹⁴. Neste processo, as fitas recebidas passam por uma triagem, dentre as quais cerca de cem pessoas são escolhidas para as entrevistas subseqüentes. As etapas se seguem, passando por avaliações médicas e psicológicas, para finalmente chegarem aos 12 finalistas que participarão do BBB.

Apenas uma semana antes do início do programa os candidatos recebem a notícia de que foram selecionados. Imediatamente, fazem suas malas e ficam hospedados individualmente em hotéis, onde não é permitido qualquer contato com o meio externo¹⁵, nem a utilização de televisão, rádio e telefone, além de ser estritamente proibido sair do quarto. Para assegurar o cumprimento dessas regras, na porta de cada quarto sempre ficam seguranças, que só permitem a entrada de repórteres autorizados da própria emissora. Na tarde da estréia do programa, os concorrentes são retirados de seus aposentos ao mesmo tempo e, eventualmente, se encontram nos elevadores. Ficam, por alguns minutos, no *hall* do hotel sendo filmados e entrevistados, para, em seguida, entrarem separadamente nas *vans* que os conduzirão a Casa, onde permanecerão isolados por até aproximadamente três meses¹⁶.

Para cada formato do *Big Brother Brasil* sempre são selecionadas 12 pessoas pela própria equipe de produção, mas, na terceira edição, além destes, foram incluídos na atração mais dois participantes escolhidos no chamado “pré-paredão”. O “pré-paredão” era uma espécie de repescagem, ou seja, antes de estreiar o programa, os telespectadores puderam votar em outros dois concorrentes “extras” (eleitos pela produção do programa) – necessariamente um homem e uma mulher – para entrar na disputa. Já no quarto formato, as duas vagas foram abertas ao público em geral e quem desejasse participar do programa tinha uma segunda opção: ao invés de fabricar a fita, bastava comprar a *Revista do Big Brother Brasil* – na época vendida a R\$ 2,00 – preencher os dados do cupom e enviá-lo pelo correio para a produção do BBB. Os dois primeiros sorteados (um de cada sexo) que estivessem dentro dos regulamentos, entravam na Casa dois dias depois. No BBB5, a revista foi substituída por um telefonema na promoção “31 faz de você um BBB” – que

¹⁴ Obviamente, esses critérios não são divulgados para o público. As informações aqui apresentadas foram obtidas (no dia 21 de março de 2005) em uma conversa informal com o diretor de produção do *Big Brother Brasil*, Mário Rogério, que autorizou a publicação destas.

¹⁵ Alguns participantes relatam que não havia janelas em seus quartos ou que elas eram vedadas, outros já disseram que conseguiam se comunicar com pessoas do prédio vizinho e que até se viam no televisor de outros apartamentos.

¹⁶ Nas outras edições, os períodos de confinamento na Casa foram respectivamente: 92 dias; 71 dias; 78 dias; 109 dias; e 81 dias.

custava R\$0,31 mais os impostos da operadora telefônica. O sorteio foi feito *ao vivo* durante a estréia da atração e seguiu o critério explicado por Pedro Bial no dia 10 de janeiro de 2005: “São sorteadas 16 pessoas, todos ganham um ‘dvd’, os dois primeiros sorteados vão entrar na casa e os outros 14 serão os padrinhos dos participantes, o padrinho do vencedor ganha um ‘home theater’.” Desta maneira, todos os sorteados ganhariam algum prêmio.

Foram selecionados para participar do BBB5, seis homens e seis mulheres com idades entre 18 e 31 anos. Além destes 12 participantes, foram sorteados (pela promoção) mais um homem e uma mulher, completando então os 14 concorrentes. Entretanto, no décimo terceiro dia de programa, a mulher sorteada (Marielza, 47 anos) teve um acidente vascular cerebral (AVC) e precisou ser hospitalizada, deixando o BBB5. No dia seguinte ao ocorrido, Aline – sorteada para ser a primeira madrinha – substituiu Marielza.

As regras para ser o vencedor variaram de acordo com a apresentação das edições e não foram conhecidas previamente nem pelo público, nem pelos concorrentes. Na quinta edição, o público votou em quem gostaria que vencesse o BBB, escolhendo um dos três finalistas: Jean, Grazielli e Sammy. Sammy recebeu 5% dos votos do público, Grazi ficou com 40% e Jean venceu a disputa com 55% dos votos.

Uma breve descrição dos perfis dos participantes e a tabela com o histórico de votação entre eles podem ser consultadas, respectivamente, nos anexos 7.1 e 7.2.

3.2.5.

O mestre de cerimônia

Desde a primeira edição, na qual dividiu o cenário com a atriz Marisa Orth, o apresentador Pedro Bial conduz o programa, dando orientações e instigando os *big brothers* em contatos *ao vivo*, ou seja, em tempo real. Geralmente ele fica em um estúdio e interage com o grupo por meio de um monitor localizado na sala de estar, saindo de lá apenas para receber o participante eliminado daquela semana. Nesta ocasião, conversa com os familiares dos dois concorrentes que estão disputando a permanência na Casa e faz algumas perguntas após a eliminação de um deles.

Ele é a única pessoa que o público vê se comunicando com os concorrentes dentro da Casa, mas, eventualmente, a produção do BBB pode permitir a visita de artistas e convidados ou até de parentes¹⁷.

3.2.6. A programação

Ao todo, o programa tem duração de aproximadamente dois meses e meio e é transmitido pela Rede Globo de Televisão todos os dias da semana depois da “novela das oito” e no domingo, ao término do Fantástico. Os programas *ao vivo* contam com a participação do Pedro Bial e acontecem aos domingos, nas terças e nas quintas-feiras. Nos outros dias, são apresentados *video tapes* (VT), que são as cenas escolhidas e editadas pela equipe de produção do programa para irem “ao ar”.

O BBB também pode ser visto durante 24 horas por dia, pelo sistema *Pay-Per-View* (PPV). O contrato para a aquisição do PPV esclarece que não serão exibidas as “cenas do santuário”, que consistem nos seguintes ambientes: confessionário (ver adiante: fig.31), toaletes, e locais onde estejam ocorrendo *games*, gincanas e tarefas especiais. Estas cenas só poderão ser transmitidas pela Rede Globo ou pelo canal *Multishow*, nos horários por eles definidos.

No *Multishow*, o BBB é transmitido *ao vivo* por vinte minutos, após cada apresentação na Globo, além de *flashes* intermitentes durante todo o dia, conforme pode ser observado na grade abaixo (fig.1) com os horários de exibição do programa.

¹⁷ Como aconteceu na 4ª edição, quando a filha de 10 anos de uma das concorrentes ficou na Casa durante uma manhã inteira. Este dia foi particularmente interessante, pois, pelo *Pay-Per-View*, foi possível perceber a ansiedade da criança ao ter que deixar a Casa após o almoço com a mãe. Quando a menina começou a chorar (e a mãe também!), o sinal foi cortado para os telespectadores e foram exibidos trechos já gravados e editados. A transmissão *ao vivo* só voltou algum tempo depois de a criança sair de lá, e quando a mãe parecia já estar mais calma.

HORÁRIOS DO PROGRAMA							
	DOMINGO	SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO
04:30							50 min VT*
07:30			50 min VT*				
09:00			20 min VT*			20 min VT*	50 min VT*
09:30		20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*	
14:30	50 min VT* **	20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*	50 min VT*	
15:00							
17:00						20 min VT*	50 min VT*
18:30		20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*	20 min VT*		
22:00		10 min VT*	45 min VT* + AO VIVO	5 min VT*	35 min VT* + AO VIVO	10 min VT*	25 min VT*
22:15		20 min AO VIVO	20 min AO VIVO	20 min AO VIVO	20 min AO VIVO	20 min AO VIVO	20 min AO VIVO
22:45					50 min VT*		
22:50	35 min VT* + AO VIVO						

OBS.: Grade sujeita a alterações
 Flashes ao vivo serão distribuídos até seis vezes ao dia durante a programação da Rede Globo e do Multishow
 * Cenas previamente gravadas
 ** Íntegra da eliminação (reprise)

Figura 1. Grade de programação com todos os horários de exibição do BBB5. Extraída do site oficial da emissora (Globo.com), disponível em: www.globo.com/bbb - Acesso em: 24 de abril de 2005.

3.2.7.

Conceitos importantes e a rotina dentro da Casa

Antes de ingressarmos na rotina da Casa do BBB, recorremos à obra *A Invenção do Cotidiano 2* (1996), para uma melhor compreensão do significado de “casa” em si. Nesta obra, composta por contribuições de Certeau, Giard e Mayol, é feita uma extensa alusão ao cotidiano nos e dos espaços públicos (referindo-se aos bairros) e privados (relativos às residências)¹⁸.

Como bem descreve Certeau (1996, p.203), a casa é onde “a gente se sente em paz”, e que, por definição, não pode ser o lugar de outrem. O autor ainda afirma que “este território é privado, é preciso protegê-lo dos olhares indiscretos” e sugere que, a menos que sejam explicitamente convidados, “todo visitante é um intruso”. Além disso, sobre as atividades comuns realizadas em uma legítima residência, Certeau (1996) comenta:

neste espaço privado, via de regra quase não se trabalha, a não ser o indispensável: cuidar da nutrição, do entretenimento, da convivialidade que dá forma humana à sucessão dos dias e à presença do outro. Aqui os corpos se lavam, se embelezam, se perfumam, têm tempo para viver e sonhar. Aqui as pessoas se estreitam, se abraçam e depois se separam [...]. Aqui o costume permite passar o tempo ‘sem fazer nada’, mesmo sabendo que ‘sempre há alguma coisa’ a fazer em casa. (CERTEAU, 1996, p.205)

Como veremos adiante, estas atividades não são muito diferentes das realizadas pelos participantes do BBB no período em que estão dentro da Casa, exceto por algumas regras de convivência estabelecidas pela produção do programa. Uma exigência feita aos participantes é que respeitem todas essas regras para continuarem na Casa e em caso de brigas envolvendo contato físico eles são automaticamente excluídos da atração. Somado a isso, cada participante é obrigado a utilizar microfones individuais, sendo permitido retirá-lo apenas durante o banho, na piscina ou quando estiverem praticando exercícios físicos. De acordo com as coordenadas do próprio site¹⁹:

12 pessoas são confinadas numa casa onde são filmadas 24 horas por dia, durante dois ou três meses [...], e tudo o que acontece com os participantes é exibido para milhões de telespectadores. Os moradores da casa ficam totalmente sem comunicação com o mundo exterior - sem TV, sem jornais, sem telefone, sem rádio, sem internet - e são submetidos a tarefas que testam sua capacidade de relacionamento e sua vontade de vencer. A cada semana, uma pessoa é

¹⁸ As problemáticas da organização da vida cotidiana numa esfera restrita e privada de uma residência comum ampliada à dimensão de um bairro são destrinchadas e analisadas detalhadamente nesta obra.

¹⁹ <www.globo.com/bbb> acesso em: 17 dez. 2003.

escolhida para deixar o programa, e os que ficam na casa continuam fazendo o melhor para ganhar o grande prêmio final.

O objetivo principal dos participantes é se manter na Casa pelo maior tempo possível, para concorrer ao prêmio final (no BBB5, após 81 dias de confinamento, o campeão ganhou um milhão de reais – o dobro do valor oferecido nas edições anteriores. Os 2º e 3º lugares ganharam, respectivamente, cinqüenta mil e trinta mil reais). Além disso, aqueles que conseguem vencer determinadas provas ao longo do programa também podem ser recompensados com prêmios que vão desde o recebimento de uma carta da família até um carro ou uma TV de plasma de 61 polegadas.

Para melhor explicar a rotina da Casa, iremos manter como critério a ordem dos dias da semana e quando formos falar sobre algo ou alguma regra específica destacaremos o termo em questão.

No programa de estréia (segunda-feira) são sorteados um homem e uma mulher que se inscreveram na promoção “31 faz de você um BBB”. O casal entra na Casa três dias depois dos outros doze componentes selecionados, ou seja, na quinta-feira.

Toda quinta-feira começa a disputa para se manter na Casa, pois é quando os concorrentes participam da chamada *prova do líder*. Quem conseguir vencer esta prova será considerado o *líder* da semana. Isso significa que, além de conquistar a imunidade até a semana seguinte, ganha também o direito de usufruir algumas regalias, tais como: ficar no quarto mais luxuoso, com direito a banheiro individual, diversos petiscos exclusivos, um frigobar cheio de bebidas variadas e uma sessão de cinema que pode ser compartilhada com outros colegas, enquanto saboreiam um banquete da comida favorita do líder.

Sempre no início do programa de quinta-feira, o apresentador Pedro Bial anuncia uma outra prova, o *Big Boss*, na qual são dadas ao público duas opções de brincadeiras para serem feitas com os participantes, por exemplo (Bial pergunta para os telespectadores): “Vocês querem ver os ‘big brothers’ usarem um chapéu de burro ou um focinho de coelho?” ou, em outra semana, “Vocês preferem ver os homens vestidos de ‘drag-queen’ ou as mulheres de ‘nêga-maluca’?”. Este “trote”, por assim dizer, pode envolver desde o figurino até a escolha de onde os participantes devem dormir. O público tem até o final deste programa para votar (pela Internet – exclusivo para assinantes da Globo.com, por telefone (0300) ou por mensagem de texto via celular) e decidir como quer ver os *big brothers* até o próximo domingo.

No dia seguinte, na sexta-feira, quem não ganhou a prova do líder volta a se enfrentar na *prova do anjo*. Esta prova foi denominada desta maneira, pois o vencedor dela, ou seja, o *anjo*, ganha um colar (o colar do anjo) e, com ele, vai imunizar algum participante. Além de proteger um amigo, o anjo pode ser presenteado com uma ligação, uma carta ou um brinde oferecido pela família, um passeio ou até mesmo a imunidade em si (como aconteceu na última prova de anjo das 3ª e 5ª edições). Na primeira semana, o anjo é o público, que vota e escolhe um (do novo casal sorteado) para se tornar imune.

Domingo é o *dia da indicação* e os participantes são obrigados a votar uns nos outros. Mas, antes das indicações, o *anjo* escolhe algum companheiro para dar o seu colar (simbolizando a imunidade) e esta pessoa não poderá ser votada por ninguém. Em seguida, o *líder* – também imune – é obrigado a indicar um dos participantes para o público eliminar. O restante do grupo vai, um por um, ao confessionário²⁰ declarar e justificar seu voto – que é aberto ao público, mas secreto para os companheiros. Quem obtiver mais votos do grupo, vai para o *paredão* com o candidato indicado pelo líder. Em caso de empate, a decisão será exclusivamente do líder.

O *paredão*²¹ é uma espécie de disputa passiva que é decidida pelo público e envolve os dois participantes votados – tanto pelo líder, quanto pelo grupo. “Estar no paredão” ou “ser emparedado” significa ter 50% de chance de sair do programa, ou seja, dentre essas duas pessoas, o público vai escolher uma para permanecer na Casa.

Definido o paredão, a votação começa imediatamente pela Internet (no site oficial do programa), por telefone (pelo 0300) ou por mensagem de texto de celular e só se encerra na terça-feira, *dia da eliminação*, quando acaba o jogo para o participante que recebeu mais votos do público.

Como foi dito anteriormente, durante toda a competição, os participantes estão proibidos de fazer ligações telefônicas, manter correspondência (por carta ou e-mail), assistir à televisão, ouvir rádio ou ler jornais e revistas. Além disso, só mantêm contato com o apresentador Pedro Bial – pelo televisor instalado dentro da Casa – e com alguns convidados especiais, quando fazem uma surpresa para os concorrentes.

²⁰ Cômodo da Casa descrito na próxima seção (fig. 31).

²¹ O momento da votação foi batizado de “paredão” por um participante do BBB2, que fez uma analogia com os muros de execução para fuzilamento.



Figura 2. Encontro das duplas “Cídia & Dan” e “Hugo & Thiago” – ambas do programa Fama – com os *Big Brothers* no dia 7 de maio de 2005.

Em determinadas ocasiões, a produção do programa também pode permitir aos participantes assistirem a certos programas de televisão (como jogos decisivos da seleção brasileira de futebol – no BBB2 – ou o primeiro capítulo da “novela das oito” – na 5ª edição, ver adiante fig.6).

O confinamento total também é amenizado com rápidos telefonemas para a família ou até mesmo com um passeio fora da Casa. Estas regalias começaram a ser concedidas como parte de algum prêmio (fig.3) ou, a partir do BBB5, de uma compra (fig.4).



Figura 3. Grazi e Jean na Sapucaí durante o carnaval de 2005. A saída foi concedida ao 4º líder (Jean) e a um convidado.



Figura 4. Alan compra ida à praia por Z\$300.

Na quinta edição do programa, foi criada a *estaleca*²² (Z\$: a moeda do *Big Brother Brasil*) necessária para os competidores comprarem alimentos e outros itens para a Casa (além de certas regalias, como foi apresentado). As informações do site do programa esclarecem que todos os membros do grupo recebem a mesma quantidade de estalecas no início do programa e vão

²² A primeira acepção do Dicionário Houaiss da língua portuguesa (HOUAISS, 2001), *estaleca* denota energia, vigor, ânimo, mas na segunda, tem o mesmo significado que dinheiro.

adquirindo mais por meio de provas. O dinheiro é sacado, com um cartão magnético, de um caixa eletrônico instalado num dos cômodos da Casa (fig.32). As estalecas não podem ser emprestadas ou doadas e não se convertem em reais após o jogo. O dinheiro dos participantes que forem eliminados não pode ser herdado por nenhum de seus colegas. Todo domingo é realizada a *prova da estaleca*, onde os participantes devem cumprir os desafios estabelecidos para ganharem proporcionalmente sua quantia.

Na segunda-feira, é montado um mini-mercado, onde o grupo faz as compras da semana. Os alimentos e outras mercadorias podem ser individuais (comprados por qualquer participante) ou coletivos (comprados com o comum acordo entre todos os participantes. Basta um não concordar, e a compra não pode ser fechada).

Aos sábados e nas quartas-feiras, freqüentemente, a produção do BBB monta festas temáticas²³ para os participantes se divertirem e se entrosarem.



Figura 5 - A ESTALECA



Figura 6 - Capítulo de estréia da novela das oito, “América”, comprada por Jean por 70 estalecas, em 14 mar. 2005.



Figura 7 - Giulliano compra carta dos pais no dia 27 de janeiro por Z\$ 150.

²³ Os temas das festas do BBB5 variaram a cada semana, respectivamente: “Festa do Ano Novo”, “Festa Sexy Fantasy”, “Festa das Cavernas”, “Festa Mexicana”, sem tema, sem tema, “Festa dos Inacreditáveis”, sem tema, “Festa Reggae”, “Festa Raive”, “Festa Twist”, 2ª rodada da última prova de líder.

3.2.8. A estética da CASA

Geralmente, a cada nova montagem do *Big Brother* são feitas alterações estéticas referentes aos temas dos ambientes, às cores, às localizações, etc. Embora sejam permitidas certas mudanças na estrutura da Casa, o formato em si é padronizado e todas as emissoras que comprarem o direito de produzi-lo devem seguir os mesmos critérios impostos pela Endemol, dentre eles: apenas um cômodo da Casa pode ter isolamento acústico, em todos os outros os participantes conseguem escutar as vozes através das paredes e portas. Além disso, todos os cômodos devem ter câmeras e microfones.

Nesta etapa do trabalho, faremos apenas uma descrição dos ambientes da Casa onde os participantes do *Big Brother Brasil 5* ficaram confinados por 81 dias. Achamos pertinente ilustrar com figuras os detalhes da Casa para registrá-los, pois, posteriormente, os analisaremos. É interessante observar a quantidade de espelhos espalhados pela Casa. Por trás desses espelhos, os participantes são filmados 24 horas por dia. Todas as informações aqui expostas foram obtidas por meio do site brasileiro oficial do programa (Globo.com).

Ao passar pela única porta de entrada da Casa, o participante se depara com uma área verde de 796m²: o *jardim*. Nele são realizadas as festas temáticas (Fig.8) e a maioria das provas disputadas (Fig.9), além dos shows (Fig.2) e do mini-mercado (Fig.10) – montado uma vez por semana, às segundas-feiras. Nesta quinta edição, foi feita uma passarela de concreto iluminada (Fig.11), por onde os participantes entram e saem da Casa.



Figura 8. Festa temática: “Os Inacreditáveis” - em 19 / fev./2005.



Figura 9. 4ª Prova do Anjo: quem consegue ficar dançando por mais tempo, no dia 11 de fevereiro de 2005.



Figura 10. Participantes fazendo compras no Mini-mercado.



Figura 11. "Passarela da Fama".

Em um dos cantos do jardim (fig.12) fica o *quarto do líder* (fig.13) o mais confortável da Casa. É uma suíte com cama *king size* (fig.14), televisão de 21 polegadas e aparelho de DVD para as sessões de cinema do líder.



Figura 12. Quarto do líder visto do jardim.



Figura 13. Entrada do quarto do líder.



Figura 14. Cama do líder.

Ao lado do quarto do líder fica o que a produção chamou de *hidrospa* (fig.15) – que agora ocupa o lugar onde, na 4ª edição, ficava o ofurô. O SPA (fig.16), como também é conhecido este ambiente, é o lugar ideal para relaxar e aliviar as tensões.



Figura 15. hidrospa



Figura 16. SPA

Além desta novidade, na quinta montagem também foi construído – em frente ao quarto do líder – um *deck* (fig.17) decorado com um colchão de estilo oriental (*futon*):



Figura 17. Deck

Ao lado do deck, fica *academia* (fig.18): uma inovação permitida a partir da quarta edição.



Figura 18. Alguns aparelhos de musculação da academia.

No lado direito da academia se localiza a *lavanderia*²⁴ (fig.19).



Figura 19. Lavanderia: um tanque para lavar roupas.

Há câmeras instaladas até embaixo d'água. Agora, com um formato sinuoso, a *piscina* (fig.20) recebeu bordas com pedras (fig.21) para evitar acidentes:



Figura 20. Piscina e, ao fundo, a área e a academia.

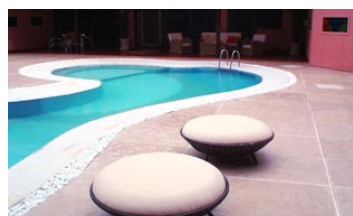


Figura 21. Detalhe da borda com pedras.

²⁴ No site oficial (Globo.com), nem a academia, nem a lavanderia foram descritos.

Em frente à piscina está localizada a *varanda*, que é dividida em dois ambientes, um com sofá, poltronas e mesas (fig.22), e outro com cadeiras e uma mesa maior (fig.23).



Figura 22. Sentados neste sofá, os participantes ficam de frente para a piscina.



Figura 23. Esta mesa fica à direita do sofá da varanda.

A varanda é separada do interior da Casa por uma “parede de vidro” (uma espécie de grande janela, que pode ser vista atrás do sofá na fig.22) e também por uma enorme porta, que deve ser mantida fechada. Aliás, todas as portas da Casa apenas são abertas quando há necessidade dos participantes mudarem de ambiente²⁵.

Já na parte interna da Casa, à direita, encontram-se a *sala de jantar* e a *cozinha* (Figs.24, 25, 26) muito bem equipadas e separadas por um balcão. A mesa giratória faz parte da tradição do programa e é ao redor dela que os participantes fazem as refeições mais importantes do dia.



Figura 24. Mesa com detalhe giratório no centro.



Figura 25. Mesa de refeições e cozinha, ao fundo.



Figura 26. Balcão e cozinha.

À esquerda, no interior da Casa, localiza-se a *sala de estar* (fig.27), onde os participantes se reúnem para os momentos mais decisivos do programa. É deste local que eles conversam *ao vivo* com o apresentador Pedro Bial e ficam sabendo quem está no “paredão” e quem foi eliminado. Nela, o grupo também pode assistir aos filmes e novelas comprados ou recebidos como prêmios (ver

²⁵ Essas informações foram obtidas por meio da observação do programa na televisão.

fig.6). A sala é mobiliada com sofás, poltronas, mesa de centro e uma televisão de plasma de 60 polegadas.



Figura 27. Visão de quem está sentado no sofá.

Para esta edição, o maior quarto da Casa foi estilizado com cores fortes, objetos com imagens de Buda e tapetes yin-yang (fig.28). O *quarto Zen* é composto por duas camas de casal e quatro de solteiro. Para chegar até ele, é preciso atravessar a sala de jantar e a cozinha.



Figura 28. Quarto Zen

O *quarto Tropical* (fig.29) tem uma cama de casal e três de solteiro. Sua decoração é uma homenagem a Carmem Miranda e tem frutas – bananas, melancias e laranjas – de pelúcia. Este cômodo fica ao lado da sala de estar e exatamente em frente ao banheiro da Casa.

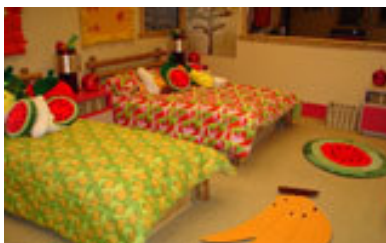


Figura 29. Quarto Tropical

Para dormir, os concorrentes podem escolher suas camas, mas terão o quarto definido por sorteio.

Existe um único *banheiro* (fig.30) para ser utilizado por todos da Casa, independente do sexo. Ele é dividido em duas partes: uma, sem portas, tem a pia e o chuveiro com *blindex* transparente; a outra parte mais reservada, com o vaso sanitário, fica ao lado.



Figura 30. O banheiro só tem porta na parte reservada.

Ao lado do banheiro e na frente da sala de estar localiza-se, decorado como um aquário, o *confessionário*, onde são feitos os pedidos especiais à produção e também onde cada participante anuncia seu voto (fig.31). É o único lugar da Casa com isolamento acústico. Na quinta edição, foi instalado um caixa eletrônico (fig. 32) para as “estalecas” serem sacadas.



Figura 31. Poltrona onde os concorrentes declaram os votos.



Figura 32. Caixa automático. Na transmissão pela TV aparece o nome do banco anunciado.

Na *dispensa*²⁶ ficam armazenados os suprimentos da Casa e, semanalmente, ela é abastecida com os produtos comprados pelos participantes no mini-mercado. É nela também que a produção disponibiliza as roupas temáticas para as festas, bem como os materiais necessários para a prova do líder e para a tarefa do *Big Boss*.

²⁶ Não foram encontradas fotos disponíveis do local no site oficial.

3.2.9. Bastidores

Por se tratar de “bastidores”, pouca ou nenhuma informação é divulgada a respeito, mas elas são importantes da mesma maneira, pois constituem o programa.

A equipe de produção do BBB5 recebeu fitas e inscrições de 4.716 cidades brasileiras, sendo 5% da região Norte, 9% do Centro-Oeste, 12% do Sul, 20% do Nordeste e 54% do Sudeste. As idades variaram de 6 a 73 anos e 51% foram inscrições de mulheres. Dos inscritos, apenas 12 foram selecionados para participar do *Big Brother*, mas muitos outros também tiveram suas imagens divulgadas: as fitas que não serviram para a atração foram selecionadas e criou-se o *Nem Big, Nem Brother* como um quadro de comédia do programa, onde os cliques mais esdrúxulos são transmitidos em rede nacional (Globo e *Multishow*) e pela Internet (Globo.com).

Uma visita à Casa do BBB mostrou a quantidade de sutilezas necessárias para produzir uma atração desta magnitude. Ao todo, são mais de 30 câmeras fixas (sendo 6 com infra-vermelho – duas em cada quarto – e 3 câmeras exclusivas da Globo.com), além dos outros câmeras, que ficam em um corredor enorme²⁷ atrás dos espelhos da Casa. Cerca de 700 funcionários se revezam em três turnos e com funções que passam por: filmagem, edição, artes gráficas, montagem dos cenários, hotelaria, direção, entre outros.

Um aspecto relevante a ser comentado tem relação com os diretores, dos quais o grupo só conhece as vozes. Quando os diretores falam com algum participante, todos os outros da Casa escutam, mas os telespectadores não ouvem nada (a não ser quando ocorre alguma falha técnica) e só percebem a intervenção do diretor porque os participantes, de repente, param e desviam o olhar, como que para escutar atentamente²⁸. Geralmente, os diretores dão instruções curtas ao grupo, como: “*Não saiam da Casa!*” – quando a equipe de produção está fora do jardim montando o cenário de alguma festa ou prova; “*Fulano! Microfone!*” – quando algum participante esquece de colocar o

²⁷ Uma espécie de “trilho” envolve toda a Casa e sobre ele ficam algumas câmeras. O corredor é escuro (a pouca iluminação é feita com luz negra) e as pessoas que passam ali devem vestir um capote preto para evitar que os participantes vejam quem está por trás dos espelhos.

²⁸ Isso só é possível observar pelo *Pay-Per-View* ou na transmissão ao vivo pelo canal *Multishow*. Na Rede Globo, o programa é apresentado já editado e quando é *ao vivo* é comandado diretamente por Pedro Bial, o que dispensa a ação do diretor naquele momento.

microfone ou precisa arrumá-lo; “*Vá à dispensa!*” – quando tem algo para algum participante pegar.

Encontram-se também a disposição do grupo um psicólogo, que pode ser solicitado, individualmente, de acordo com a necessidade de cada um e uma equipe médica de plantão 24 horas. Os participantes recebem não somente um plano de saúde particular, para qualquer necessidade de amparo, mas também uma remuneração simbólica um pouco maior que um salário mínimo. Segundo o diretor de produção Mário Rogério, esta foi uma forma encontrada pela emissora para evitar possíveis problemas judiciais se, por exemplo, algum participante reclamar, alegando que deixou seu emprego para entrar no BBB e não ganhou nada com isso.