

Referências Bibliográficas

- ARISTÓTELES. *Poética*. São Paulo: Editora Nova Cultural, 2004.
- AUMONT, J. *As teorias dos cineastas*. Campinas, SP: Papyrus, 2004.
- BARNOUW, E. *Documentary: a history of the non-fiction film*. New York: Oxford University Press, 1983.
- BRAIT, B. *A personagem*. São Paulo: Editora Ática, 1987.
- BUCCI, E. e KEHL, M.R. *Videologias*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- DA-RIN, S. *Espelho partido: tradição e transformação do documentário*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2004.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- CARRIÈRE, Jean-Claude. *A linguagem secreta do cinema*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1995.
- DICIONÁRIO DA TV GLOBO, v. 1: programas de dramaturgia & entretenimento. Projeto Memória das Organizações Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2003.
- FOUCAULT, M. O olho do poder, In *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Rio de Janeiro: Edições Graal, 1979, 17ª Edição.
- FURTADO, J. *Um Astronauta no Chipre*. Porto Alegre: Artes Ofícios, 1992.
- GABLER, N. *Vida, o filme*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- GOFFMAN, E. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- HABERT, A. Espontaneidade e submissão: leituras de agosto. *Revista Alceu*. Número 02, janeiro a julho de 2001.
- KEHL, M.R. *Sobre ética e psicanálise*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- LEISGOLD, S. e WORCMAN, J. *O desenvolvimento tecnológico na televisão*. In: MACEDO, Claudia, FALCÃO, Ângela e ALMEIDA, Candido José Mendes de (org). *Tv ao vivo: depoimentos*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.
- LINS DA SILVA, C.E. *Muito além do jardim Botânico*. São Paulo: Summus, 1985.

LINS, C. *O documentário de Eduardo Coutinho: televisão, cinema e vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

LOPES, B. *Caldeirão do Huck: uma reflexão sobre os programas de auditório*

MACHADO, A. *A televisão levada à sério*. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

———. A cultura da vigilância. In NOVAES, Adauto (org.). *Rede imaginária: televisão e democracia*. São Paulo: Companhia das Letras, Secretaria Municipal de Cultura, 1991.

MORIN, E. *Cultura de massas no século XX: o espírito do Tempo*. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1984.

NICHOLS, B. *Introduction to Documentary*. Bloomington an Indianapolis: Indiana University Press, 2001.

———. *Representing reality – issues and concepts in documentary*. Bloomington an Indianapolis: Indiana University Press, 1991.

PALLOTINI, R. *Dramaturgia: construção do personagem*. São Paulo: Editora Ática, 1989.

PENA, F. *Televisão e sociedade – do Big Brother à TV universitária*. Rio de Janeiro: 7Letras, 2002.

PLATÃO. *A República*. Tradução de Enrico Corvisieri. São Paulo: Editora Nova Cultural, 2001.

ROSSET, C. *O princípio da crueldade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1989.

SAMPAIO, C.P. O cinema e a potência do imaginário. In: BARTUCCI, Giovanna (org.). *Psicanálise, Cinema e Estéticas de subjetivação*. Rio de Janeiro: Imago, 2000.

SANTOS, L. *Reality-show: estudos sobre o novo gênero televisivo*. Rio de Janeiro: Universidade Estácio de Sá, 2004. (monografia de graduação orientada pelo professor Vinícius Monteiro).

SARLO, B. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2000.

SODRÉ, M. *O Monopólio da fala: função e linguagem da televisão no Brasil*. Petrópolis, Vozes, 1984.

SONTAG, S. *Diante da dor dos outros*. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

THOMPSON, J.B. *A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TURNER, G. *Cinema como prática social*. São Paulo: Summus, 1997.

VOGLER, C. *A Jornada do escritor: estruturas míticas para contadores de histórias e roteiristas*. Rio de Janeiro: Ampersand Ed, 1997.

VYGOTSKY, L.S. *Psicologia del arte*. Barcelona: Barral, 1972.

Artigos

ANDACHT, F. *Duas variantes da representação do real na cultura midiática: o exorbitante Big Brother Brasil e o circunspeto Edifício Master*. Compós 2004

BALTAR, M. *Pacto de intimidade – ou possibilidades de diálogo entre o documentário de Eduardo Coutinho e a imaginação melodramática*. Compós 2005.

CONTRERA, M. *A dessacralização do mundo e a sacralização da mídia: consumo imaginário televisual, mecanismo projetivos e a busca da experiência comum*. Compós 2005.

FIGUEIREDO, V. *Relato crítico sobre o texto “Duas variantes da representação do real na cultura midiática: o exorbitante Big Brother Brasil e o circunspeto Edifício Master, de Fernando Andacht*. Compós 2004.

FREIRE-MEDEIROS, B. e BAKKER, A. *Reflexões sobre identidade, corpo e campo midiático a partir de um “reality-show” de intervenção*. Compós 2005.

GUIMARÃES, C. *O retorno do homem ordinário do cinema*. Compós 2005.

MIGLIORIN, C. *O dispositivo como estratégia narrativa*. Compós 2005.

TUCHERMAN, I. *Michel Foucault, hoje ou ainda: do dispositivo de vigilância ao dispositivo de exposição da intimidade*. Compós 2005.

Sites

Revelações sobre a vida e ponto final. Disponível em http://www.criticos.com.br/new/artigos/critica_interna.asp?secoes=&artigo=176
Acesso em 13/09/2005

Entrevista de Eduardo Coutinho a Daniel Wajnberg, Luciano Trigo, Marcelo Janot, Maria Sílvia Camargo publicada em 25/11/2002 e realizada no dia 7 de novembro de 2002, no escritório da Videofilmes, no Rio de Janeiro. Transcrição de fita: Ivna Perera.

Disponível em <http://www.psiqweb.med.br/persona/personal.html> Acesso em 18 de abril de 2005.

Peronsa. <http://www.psicanalise.ezdir.com.br>. Acesso em 18 de abril de 2005.

Jornais e revistas

Um paredão de R\$75 milhões. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 13 de março de 2005.

Ex-participantes opinam sobre o “Big Brother Brasil 5”. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 26 de março de 2005.

A hora da antiestrela. *Época*. 30 de novembro de 1998.

CAMACHO, M. Sabadão gordo. *Veja*. 02 de dezembro de 1998.

CASTRO, D. Para Globo, “big brother” é personagem. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 22 de março de 2005.

DA MATTA, R. O Brasil do “Big Brother”. *O Estado de São Paulo*. São Paulo, 12 de março de 2004.

DO VALE. A.L. Pé na estrada. *O Dia*. Rio de Janeiro, 29 de março de 2000.

ROGAR, S. Muvuca Micada. *Veja*. 24 de maio de 2000.

SOUZA, A.C. Regina Casé garante o show em “Muvuca”. *Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro, 16 de novembro de 1998.

Anexo

Entrevista com Jean Willys, realizada em 09 de abril de 2005:

1) Como foi o processo de seleção?

Primeiro, eu quero dizer que tem uma cláusula contratual que eu não posso falar muito do processo de seleção, mas eu vou falar assim... Não lembro quanto tempo exatamente se passou todo processo seletivo, mas acredito que foi 2 meses, 3 meses, desde que a gente manda a fita, imprime o formulário no portal do globo.com, preenche e manda uma fita de vídeo, VHS. Desde esse momento até quando eles fazem o primeiro contato para a primeira entrevista... Não, deixa eu refazer... Desse momento até quando a gente descobre que é um BBB, se passaram, eu acho que uns 3 meses, certo? Não sei exatamente. Então é isso, a gente inscreve uma fita de vídeo, através de um formulário, manda uma fotografia que não é 3X4, de passaporte, aquela maior, esqueci agora, manda uma daquela, cola e aguarda o contato. Eles fazem um contato, devem fazer contato com outra, uma centena de pessoas no meio das milhares que se inscrevem e selecionam, sei lá, um grupo de cem. A gente vem, faz uma entrevista e, uma entrevista longa, com várias pessoas, assim uma banca com umas 15 pessoas, eles fazem diversas perguntas, desde porque você se inscreveu até como você se comportaria em situação X, Y e Z, uma série de situações, sobretudo usando as edições antigas, assim... Depois têm umas fases de exames, “psicotestes”, enfim uma série de exames mesmo, como se fosse um vestibular para ser aprovado. Aí a gente volta e aguarda e eles ligam em uma última etapa dizendo que vão traçar um perfil para defender a nossa imagem. Cada equipe fica com um, assim, ‘olha vamos fazer o melhor perfil para a gente defender você nessa banca, né, para você participar’, só que na verdade as pessoas já estão selecionadas quando isso acontece, foi isso.

2) Por que você acha que foi selecionado?

Não sei, não faço a mínima idéia, não tenho a mínima idéia, assim.... Eu acho que a mágica desse programa é que os critérios de seleção não são, não é possível enumerá-los, citá-los assim muito detalhadamente... Eu acho que a mágica do programa tá no fato que cada pessoa é um universo; se cada pessoa é um universo, a combinação de pessoas de programa para programa faz ele completamente diferente do outro. Se você observar, o perfil do primeiro programa é

completamente diferente do segundo, do terceiro, do quarto e do quinto. Cada um tem um perfil, cada um priorizou uma certa história e isso tem a ver com a combinação, com a combinação das pessoas ali dentro. Não acho, por exemplo, que necessariamente as pessoas, tenha gente que seja ruim por natureza... eu acho que a combinação dessa pessoa lá dentro com outras pessoas resultou em mostrar aquele lado dela, certo? Mais ou menos isso. Não sei quais são as razões porque eu fui selecionado.

3) Por que você se inscreveu no programa?

Olha, eu me inscrevi como experiência. Entre as muitas experiências que eu queria viver na minha vida estava essa. Eu sempre quis um rompante que me tirasse de um mar de calmante, sabe? É, a vida é muito curta, você viver a vida sem uma margem de risco... eu adiei tanto esse grande risco em nome de uma estabilidade... por que eu venho de uma infância muito pobre, vivi abaixo da linha de pobreza na minha infância, sempre tive que trabalhar para ajudar a minha família, sempre fui arrimo de família, e isso sempre me paralisou, né? Eu sempre sabia que a minha cidadania, a qualidade de vida que eu estava conseguindo para a minha família, dependia do meu emprego, então eu não poderia cometer muitos riscos, assim, então eu ficava me culpando, mas isso me angustiava porque eu falava: “pô, a vida é muito curta, como é que eu não me joga, não me arrisco, não fiz um mestrado fora, fiz meu mestrado lá em Salvador pra poder não viajar, porque viajar implicaria, né, uma série de transtornos, ter que viver de bolsa, não poder ajudar a minha família...” Isso foi me angustiando, eu falei, “olha...” Aí, eu conversando com uma amiga minha, que é professora, na sala assim dos professores da faculdade Jorge Amado, a gente viu a chamada do programa dizendo que estavam abertas as inscrições e ela falou: “Jean, porque você não se inscreve? É a sua cara, o programa é a sua cara, você fala, comenta sobre cultura de massa, você rasura essa hierarquia entre alta e baixa cultura, você faz isso em sala de aula, por que você não vai?” Eu falei: “É, é uma experiência interessante, né, vamos ver como um espectador crítico se comporta lá dentro.” Eu fui muito mais nesse “oba-oba”, assim, de ver isso. Não esperava ganhar um milhão, só não queria sair na primeira semana, porque sair na primeira semana ninguém merece porque ninguém te conhece. Saiu pelo menos na segunda, que aí as pessoas já me

conhecem. E aí serve para eu alavancar de alguma forma a minha carreira literária, né, sou escritor, então... foi por isso que eu me inscrevi.

4) Existe algum tipo de direção dentro da casa, manipulação?

Não, de jeito nenhum. Acho tão engraçado porque as pessoas pensam que a gente é dirigido por um roteiro e não é nada disso. A gente é jogado numa jaula, uma jaula confortável, com piscina, academia de ginástica, ofurô, mas chega um tempo que isso não enche mais os olhos porque o espaço é limitado demais. Então você nem vai mais para a piscina. As pessoas do lado de fora falam assim: “uma piscina maravilhosa daquela, eu passaria um ano!” Não passa, não passa, porque você sair de uma percepção de tempo para uma outra percepção sem as horas, porque a gente não tem relógio na casa, nada, você sair de uma outra percepção de espaço aí você vai esquecendo do mundo lá fora, parece que o mundo é aquilo lá, que você só tem aquilo, que você só tem aqueles conflitos, e as lembranças que vão... é uma coisa muito louca porque é uma experiência curta, se você considerar que são 3 meses, mas é muito intensa, sabe? “Tava” falando para as meninas aqui que a gente esquece completamente que está sendo filmado, que a casa ela é rodeada de espelhos, de janelas e que cada janela dessa tem uma câmera, então, é, sabe, você olha para um espelho, você vê um espelho, então você esquece que está sendo filmado... você olha para o espelho e vê você. Então, você vai esquecendo. Eu só lembrava, por exemplo, que tinha câmera na casa porque as câmeras que ficam posicionadas no alto, elas giram, e quando elas giram elas fazem barulhinho, aí a gente lembrava assim, mas aquelas, parecia que só aquelas estavam filmando. Grazi, por exemplo, quando ela punha a mão para essas câmeras não captarem, né? Só que tinha outras câmeras captando, então você vê como são as coisas, né, como a gente esquece.

5) E as máscaras, qual você “usou” na casa?

Nós temos papéis, comportamentos diferentes. Eu costumo dizer que a gente é uma reencarnação... a cada... você abre a porta de um táxi, você reencarna, você é uma outra pessoa. Você é uma outra pessoa, e é a mesma pessoa. É como se a gente pudesse ser um barco que navega, mas com uma âncora, né? Todo mundo precisa de uma ancoragem do ser. Essa ancoragem do ser é esse eu, essa identidade que você constrói para si, sem a qual você não tem um lugar no

mundo, entendeu? Ainda que a identidade não seja um traço biológico, genético, que ele se transforme com o tempo e com a história, as identidades culturais, as identidades individuais, sem identidade ninguém vive. Sem você saber seu lugar no mundo, sem você construir uma narrativa de si que vai desde o nome que você recebeu da sua família, que você não escolheu, até as pessoas que você se relacionou, os namorados que você teve, se você não construir uma narrativa de si, você não tem um lugar no mundo. Então, eu concordo que eu tenho uma postura diferente com os meus alunos, diferente com os meus amigos na boate, diferente... Mas tem ali uma âncora, um eu, um núcleo duro ainda, preservado, que sou eu igual em todos os outros lugares, com as variações.

6) Que “eu” você foi no BBB?

Digamos que, longe dos meus amigos, dos meus alunos, da minha família, ficou esse “eu” duro, esse núcleo duro, esse lugar que eu construí para mim no mundo. Eu sou uma pessoa que tenho defeitos, claro, todo mundo tem defeitos, os seres humanos são muito complexos, mas eu tenho qualidades que me acompanharam na minha vida inteira, que tem a ver com a minha formação, eu tenho... além desse meu lugar social de pobreza, que eu vivi, e dessa vontade de vencer pelo trabalho, pela educação, pela escola, eu li muito, e a leitura, a literatura, ela transforma o espírito. Além disso, eu fui católico, tenho uma formação católica, crismado, batizado, tal, da igreja católica mais progressista, teologia da libertação, os padres de Alagoinhas era todos simpatizantes da teologia da libertação, o que me deu uma formação de esquerda humanista, certo? Noções de comunidade, não comunismo assim nesse sentido mais político, mas comunidade... cristã quase, essa comunidade cristã que está nos evangelhos. Então, essas noções ficam em você, você não se livra disso com o tempo, né? É indelével, assim, essa primeira formação você traz para a vida toda, e sempre foi assim... Trabalhei em ONG's depois, trabalho com apreensão de cidadania, coordenava o núcleo de cidadania, mídia e cidadania nas faculdades Jorge Amado. Eu sou aquilo, tenho interesse por literatura, por música. Então digamos que foi esse núcleo duro, em torno do qual gravitam outras qualidades minhas que estava lá na casa do “Big Brother”, longe da família, longe dos amigos e longe dos meus alunos.

7) Você acha que assistir aos outros “Big Brother Brasil” mudou seu comportamento na casa?

Não, de jeito nenhum, de forma nenhuma. Olha, o fato de ser um espectador crítico talvez me deu assim, me deu a vantagem de entender: o “Big Brother” é um jogo que muda como a própria vida . programa a programa foi completamente diferente. O que Dhomini tem a ver com a Cida? Absolutamente nada. O que fez o povo brasileiro votar em Dhomini e eleger ele como vencedor e eleger Cida? O mesmo povo? Os mesmo espectadores? A recepção é um fenômeno que não tem pesquisa de opinião que consiga dizer quais são as razões, né? Tem um filósofo francês que chama Jean Baudrillard, que diz assim, ele é apocalíptico, eu até nem gosto muito dele não, mas ele diz coisas bacanas. Tem um livro dele que chama “A sombra das maiorias silenciosas”. Ele vai dizer que a massa é amorfa, ela não tem forma, é como se ela fosse um bolo que vai se moldando, então por mais que tente dizer qual é a forma dela, não consegue. Então, eu não trouxe nada dos outros BBB para e comportar na casa. Quando me perguntavam nas entrevistas: “qual é a sua estratégia?” Olha, a minha estratégia é seguir as regras do jogo, ou seja, participar de prova do líder, do anjo, tentar ser líder sempre pra permanecer na casa, fora isso, minha estratégia é de “ser eu”, ainda que esse “eu” não seja algo, como eu falei, natural, biológico, que seja cultural, e esse eu que eu tenho e que eu me posiciono no mundo. Sem esse eu, eu seria louco, estaria na esfera da loucura, não é verdade?

8) Defina o Jean antes e depois da casa.

Ai meu Deus, é difícil de falar isso, mas eu vou citar uma letra do Gonzaguinha, que é muito bonita. Ele diz assim: “há muito tempo que eu saí de casa, há muito tempo que eu caí na estrada, há muito tempo que eu estou na vida. Foi assim que eu quis e assim sou feliz. E aprendi que muita gente sente, como que muita diferente gente, toda a pessoa sempre é a marca da lição diária de outras tantas pessoas.”E eu sou hoje a marca das lições diárias daquelas pessoas todas que passaram pela casa e foram saindo.

Entrevista com os pesquisadores do “Big Brother Brasil” Inês Vergara, Grasielle Bittencourt, Patricia Correa, Flavia Figueiredo e Eduardo Sciortino, realizada em 27 de outubro de 2005:

1) Quantas fitas vocês recebem por edição do “Big Brother Brasil”?

Inês – Olha, para esta [sexta] edição, por exemplo, nós recebemos 42 mil fitas. Destas, a gente separou 900 legais, que foram reduzidas para 100 fitas de pessoas que vão ser chamadas para a banca. Destas cem, a gente tira umas 35 pessoas, e aí a gente tenta fazer uma combinação: quem se daria bem com quem, quem poderia namorar quem, quem seria o vilão...

Grasielle – É, porque a gente se baseia nos arquétipos mesmo, não tem como falar que não... Dali vai ter que sair uma historinha, né...

Eduardo – Também é importante lembrar que nessa hora da combinação a gente também considera de onde a pessoa é, para ter gente do país todo ou quase todo... Normalmente tem mais gente de São Paulo, por causa do IBOPE e também do Sudeste, de modo geral. O Nordeste também “ganha” mais participantes porque é grande, aí um do Sul, um do Centro-Oeste... Não é fixo, não, não tem um número certo, mas existe esta preocupação em representar o país como um todo dentro da casa.

2) Vocês buscam, então, perfis específicos para cada “função” na casa, cada arquétipo?

Patricia – Para as duas primeiras edições do “Big Brother”, a gente foi para a rua atrás de gente, porque no primeiro o programa era novo, ninguém sabia direito... A gente teve inscrições por carta, mas também foi para a rua para achar gente. O segundo foi logo em cima do primeiro, meses depois, então a gente usou quem não tinha entrado no primeiro, de pesquisa que a gente já tinha feito, e foi para a rua de novo, achar pessoas novas...

Eduardo – Os pesquisadores foram mandados para várias regiões do Brasil, cada um para uma, no máximo dois por região, para achar tipos específicos de cada região, tipo o caipira do interior, aí veio o “Rodrigo-Cowboy”, que acabou ganhando; a menina surfistinha da zona sul carioca, que foi a Manuela etc. Estes caras a gente achou na rua, indo atrás. Mas também teve gente que entrou porque era legal, mesmo sem atender a um tipo específico.

Inês – Mas a partir do BBB3 em diante, a gente só trabalha com inscrição por fita, não pesquisa mais na rua, não...

3) O que faz uma pessoa se destacar?

Grasielle – A pessoa tem que ter uma personalidade que chame atenção, um “brilho“, sabe? Óbvio que a gente procura gente bonita, né, porque é isso que as pessoas querem ver também, mas não adianta só isso.

Flavia – É, a gente recebe cada coisa... porque as pessoas pensam que é só ter um corpo bonito, ficar bem de biquini e é isso, mas não, não é bem assim. Em algumas fitas, as mulherem falam de costas pra câmera, de biquini, só com o rosto virado, assim, meio de lado, tipo “Oi, meu nome é tal, gosto de malhar, de pegar sol...” e o tempo todo de costas, com a mão na cintura, tipo foto da Playboy, sabe...

Patricia – Muita fita de gente na academia, malhando, de professor de ginástica...

Grasielle – Mas também tem que fazer aqui um “mea culpa“, né, porque é meio isso que o programa mostra... Meninas bonitas, gostosas, de biquini na piscina, uma academia equipada, todo mundo sarado e tal... E as pessoas sabem disso, percebem. Mas é que, realmente, não é só isso. Não dá pra fazer um programa inteiro de pessoas de biquini que malham, né? Tem que ter mais alguma coisa...

Eduardo – O que acontece muito também é amigo que sabe que a gente trabalha aqui e diz “Pô [sic], conheço um cara ótimo para o ‘Big Brother‘, ele é a maior figura“... Imagina se a gente colocasse 12 piadistas aqui? Ia ser insuportável! Tem que ter o engraçado, o “figura“, mas não todos, né?

Grasielle – A melhor forma para analisar as fitas é: você tem que pensar no que *você* gostaria ou não de ver na sua TV. Temos que nos colocar como os espectadores, que estão em casa assistindo ao reality, não como profissionais que trabalham em televisão

Inês – E é tanto material que se ficamos mais que alguns segundos olhando uma fita, é porque ali pode ter alguém interessante, então vamos até o final

4) E o que vocês mais ouvem das pessoas que querem participar, que mandam fitas?

Flavia – Ah, eles falam: “Me põe no Big Brother que eu vou dar muito ibope pra vocês! Eu vou fazer o que vocês quiserem...” Coisas desse tipo.

Grasielle – As pessoas acham que são dirigidas aqui dentro, o que não é verdade, mas por outro lado, sabem muito bem o que faz uma emissora produzir um programa desses: é para ter ibope, pra ter dinheiro, anunciantes. Mas ele surge pra satisfazer uma curiosidade do público também, né, que assiste, que quer participar, daí tantas inscrições, tanto interesse em assistir etc.

5) Como vocês se relacionam com os personagens?

Grasielle – Na verdade a nossa relação é mais à distância, né, caso eles entrem na casa. Diretamente, temos apenas três contatos com o candidato: a fita, a banca e o VT-perfil. Na fita e na banca, a pessoa mostra o que quer, o que acha que nós procuramos para o programa; e no perfil, ela “treina“ a família e os amigos para fazerem o mesmo. Se esta pessoa for selecionada, aí a gente fica sabendo de praticamente tudo da vida dela, mas através das câmeras, pelos monitores, porque o nosso trabalho continua, não mais como pesquisadores, mas como *loggers*.

6) E vocês acham que eles atuam para as câmeras, a partir do que vocês sabem deles da pesquisa?

Inês – Olha, não tem como prever o que cada um vai fazer na casa. Até porque depende de com quem cada um vai se dar bem lá, como vai ser a relação entre os participantes... Às vezes a gente acha que o Fulano e o Beltrano vão se dar bem, mas nem acontece. Ou que o Ciclano é uma pessoa e ele acaba se revelando uma outra. Um bom exemplo de uma situação dessa foi o Rogério, desta quinta edição. Na fita vimos um médico, “sarado“, que tinha servido às Forças Armadas e que tinha um ótimo senso de humor; na banca, ele foi “um fofo“, e no perfil também; mas dentro da casa, todo mundo se assustou com o que ele falava. Ele ficava gritando “Heil, Hitler“ pelo gramado, esticava o braço, bem nazista mesmo. Falava um monte de absurdo, contou aquele negócio de pegar Viagra no hospital e distribuir para os amigos, que deixava Viagra no porta-luvas do carro porque não sabia quando ia precisar...

Grasielle – Isso entrou no *pay-per-view*, um monte de gente viu e aí? Como a gente ia saber que o cara era assim? Ele não parecia ser assim pelo perfil. Ele “se vendeu“ super-bem pra gente, passou uma imagem boa, fez todo o processo seletivo bem, mas entrou com uma estratégia na cabeça, uma coisa matemática, e encontrou respaldo na casa. Ele pensou que se tivesse a maioria das pessoas da

casa do lado dele, e além disso conseguisse liderança, prova do anjo, para o grupo dele, conseguiria “eliminar o inimigo“, o grupo que não se aliou a ele, e poderia chegar na final. E ele teve esse respaldo, teve gente que topou se aliar a ele. E se não tivesse? Ele falaria as coisas que falou? Agiria daquela maneira? Ninguém sabe. Por isso que não dá pra ter roteiro na casa, pra dizer “Fulaninho, faça aquilo ou aquilo outro. Beltraninho, seja mau ou bonzinho.“ Não dá, a coisa simplesmente acontece.

Patricia – E em relação às câmeras, que você perguntou, realmente só se percebe as robôs. Quando um grupo está conversando em um cômodo, por exemplo, e viramos as robôs para eles e eles páram, sabemos que pode ser algo interessante: alguma fofoca, intriga ou confissão. Então pedimos para que a engenharia vire estas câmeras para o outro lado, eles voltam a conversar e captamos tudo com as câmeras escondidas atrás dos espelhos, que ficam acomodadas em trilhos, e conseguem mostrar a ação sem problemas e sem serem percebidas.

Inês – A gente mesmo, né, porque quando a engenharia monta tudo, a gente faz um teste com as câmeras, os microfones, para checar posicionamento, se o ângulo que aquele equipamento foi instalado é o que traz o maior aproveitamento dele e tal... Então, a própria equipe entra na casa e passa algumas horas confinada, como se fosse um BBB, e a gente esquece... A gente trabalha aqui, sabe como tudo é feito, e quando vê já está falando de coisas nossas, íntimas, sei lá, que você jamais pensaria em contar para o diretor de corte, por exemplo, que está lá no caminhão, ou para o câmera, que você sabe que está passando naquele trilho, atrás daquele espelho, mas você não lembra... na hora, você não lembra.

7) Em relação à edição, como surgem aqueles VT’s como os dos super-heróis da quinta edição, ou a novelinha “Algemas da Paixão”?

Patricia – Essa história dos super-heróis veio porque estava na época do filme “Os Incríveis” e dentro da casa, desde o início, rolou uma divisão muito clara de “bem” e “mal”. A galera do Rogério querendo eliminar os outros, bolando planos mirabolantes, provando por A + B que a estratégia deles era ótima, e os outros lá, meio que sem desconfiar, meio vítimas, sabe... Depois, quando o grupo de Jean começou a perceber a jogada dos outros e começou a reagir, a lutar “pelo bem”, surgiu esta idéia de um grupo de super-heróis lutando contra um grupo de vilões.

Aí as situações iam acontecendo e o pessoas da computação gráfica criava aqueles desenhos ótimos, que fizeram o maior sucesso.

Inês – O “Algemas da Paixão” aconteceu na segunda edição do *reality*, que na minha opinião, acho que na de todo mundo aqui, né, foi a que revolucionou o formato que tinha vindo pra gente. O primeiro “Big Brother”, olhando agora, foi muito chato, ninguém sabia muito como lidar, nem os participantes, nem a gente da equipe. A partir do segundo, houve uma mudança: surgiram estes VT’s bem-humorados, a novelinha, aqueles que mostram uma característica repetitiva de uma pessoa... Isso não existia no formato da Endemol, e hoje eles compraram da Globo esta idéia de fazer VT’s que foi a equipe brasileira que criou. Foi uma idéia nossa.

8) Por que vocês acham que o “Big Brother Brasil” faz tanto sucesso?

Eduardo – Acho que o “Big Brother” oferece uma identificação para as pessoas. Quem vê de casa pensa que poderia estar lá, ter aquela chance de aparecer e ainda ganhar dinheiro. As pessoas vêem o programa como uma forma de abrir portas, de fazer sucesso, de aparecer. Ter um papel em uma novela, ser apresentadora, sei lá. A maioria tem esse sonho de fama...

Descubra o segredo dos amplificadores Folha.

FOLHAONLINE

22/02/2004 - 03h07

Crítica: Emoção medida sobre medida

BIA ABRAMO

colunista da **Folha de S.Paulo**

Embora previsibilíssimo, não deixa de ser impressionante. Dia de eliminação no "Big Brother Brasil", a quarta edição (já? Pois é...). As famílias e amigos dos contendores estão em pequenas arquibancadas, uma de cada lado do cenário.

Pai e mãe, irmãos, às vezes filhos, amigos, conhecidos do bairro e, desconfia-se, papagaios de pirata se engalanam como torcidas --alguns vêm uniformizados, alguns trazem cartazes e, todos, sem exceção, pulam e gritam quando a câmera focaliza.

Dentro da casa, àquela(e) que está em vias de ser eliminado é permitido(a) ver a família. Não importa quanto tempo ela(e) não vê seus parentes e amigos, a reação é sempre a mesma: levantam-se, gritam, põem a mão na cabeça, dizem os nomes de um e de outro, enquanto a torcida pula e grita. Grita-se muito, aliás.

O programa prossegue. Conversa vai, conversa vem. Instados pelo apresentador, os confinados fazem previsões sobre quem vai ou não ser escolhido pelo público, comentam os pequenos acontecimentos da vida na casa, os minutos passam. De novo, o apresentador faculta a um e depois ao outro a visão dos entes queridos. Como bonecos de engonço, novamente eles se levantam, e o ritual prossegue, como se obedecesse a um script.

É a chamada emoção, a pedra de toque da TV. Se na vida mais ou menos real a emoção corresponde a uma reação espontânea e um movimento afetivo despertado por algum estímulo externo, no mundo televisivo a palavra designa outras coisas. Na TV, emoção é aquilo que todos que estão diante da câmera acham que têm obrigação de demonstrar, como forma de convencer o espectador que merece atenção.

O moderno recurso do medidor de batimentos cardíaco tenta capturar, não a emoção de fato, que essa é inefável, mas esse esforço em se fazer notado(a). Os "reality shows" são arenas privilegiadas para a observação desse estado alterado de consciência que é o comportamento de pessoas comuns, ou melhor, de não-profissionais, quando sabem que serão filmadas. A consciência de que seus movimentos serão registrados e assistidos parece jogar as pessoas em um transe.

Mesmo em um ambiente menos manipulado do que a TV e de procedimentos mais transparentes, fica evidente que ninguém é ingênuo diante de uma câmera: em alguma medida, todos representam. Os documentários de Eduardo Coutinho,

por exemplo, captam muito bem esse fenômeno. É como se a câmera fosse um outro mais poderoso, mais inquisitivo e intimidante do que qualquer pessoa de carne e osso e com uma expectativa muito fixa e definida do que são as reações e atitudes adequadas ou não.

A emoção passa ao largo. O que se observa quando uma pessoa como eu e você está em qualquer situação vigiada é uma luta entre os sentimentos de fato, pessoais e íntimos, e os postigos. Vencem, é claro, os últimos.

Endereço da página:

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u41735.shtml>

Copyright Folha Online. Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução do conteúdo desta página em qualquer meio de comunicação, eletrônico ou impresso, sem autorização escrita da Folha Online.

www.ietv.org.br

Pensar TV - Banco de artigos sobre Televisão

[Imprimir este artigo](#)

Autor:

Roberto da Matta

Tema:

Ética e responsabilidade social

Publicado originalmente em:

O Estado de São Paulo

Data de postagem:

2004-03-12 00:00:00

O Brasil do "Big Brother"

Há um programa chamado Big Brother Brasil (deveria ser com 'z', mas não é...) e um Brasil do big brother. O primeiro é uma impiedosa experiência comparável em crueldade ao circo romano (quando os Césares ensaiavam Hollywood), onde um grupo concorda em ser visto por milhões de pessoas em todos os momentos de um cotidiano novo e inteiramente artificial, cujas regras o grupo fica impedido de traçar e conhecer. O segundo é como o Brasil e seus valores surgem inevitavelmente dentro da experiência.

Pior do que uma prisão, o confinamento voluntário (e por isso mesmo contraditório) do BBB cria uma sociabilidade sem rotina, perversamente fundada na competição, já que todos os membros do grupo têm o propósito explícito de derrubar ou tirar da 'casa' (o laboratório onde estão) todos os outros. Removendo a capacidade de prever o que virá e a simpatia mais profunda, fundamento de toda solidariedade humana, a vida dentro da tal 'casa' desfia um rosário de desencontros sociais e emotivos que vão do mais barato ridículo à mais grotesca exposição sentimental. Um deles, talvez o mais flagrante, é o que acontece entre a plausibilidade do real (aquilo que se percebe como sendo o 'verdadeiro', o aqui e agora, que contém limites e, por isso, pode magoar) e a fantasia - afinal, minha vida neste lugar e com estas pessoas não passa de um jogo; estou fazendo uma pausa na minha existência real para tomar parte num programa de televisão. Algo que, conforme sabemos, é impossível realizar sem conseqüências.

Uma das maiores atrações desse teatro jaz precisamente na completa submissão dos seus atores aos produtores do programa que têm total controle de suas vidas dentro da 'casa'. De fato, quem está no BBB vive numa anticasa, pois existe temporariamente num lugar onde casa e rua, intimidade e vida pública, amizade e intriga, competição e harmonia, espontaneidade e cálculo social não só se confundem, mas trocam perversamente de lugar.

Não é, pois, por acaso, que o programa desperta uma das piores atividades da vida moderna: o voyeurismo, o ver sem ser visto, o observar os dramas de fora, descompromissadamente, sabendo que para delas sair, basta apertar um botão.

Oferecer a possibilidade de ver pessoas em todas as situações, violando sua intimidade, é algo que tem fascinado o Ocidente desde que, com o cristianismo, inventou-se a idéia de livre-arbítrio, de liberdade individual e, com ela, de escolha moral com implicações cósmica (pois o arbítrio leva a uma eterna danação ou salvação). Foi esse conjunto de valores que criou um espaço interno inviolável e verdadeiramente misterioso dentro de cada um de nós. Para alguns, esse espaço é um ego fragilizado, pressionado pelo id e pelo superego; para outros, é uma alma imortal; para muitos, é um espaço que a sociedade protege no que chamamos de subjetividade, aquela perspectiva pela qual vemos o mundo e o sentimos sem formalidades e etiquetas, como nós mesmos - se é possível imaginar um 'nós mesmos' sem os nossos países, línguas, narrativas, crenças e costumes, isso para não falar nos nossos pais, irmãos e companheiros de jornada e geração.

Não seria preciso enfatizar como é atraente poder profanar essas vidas expostas nos BBB nas

suas intimidades, sobretudo quando se sabe que a ‘vida privada’ (e a privada) são tabus sociais. O paradoxo aumenta quando se sabe que os participantes do programa abriram mão dessa inviolabilidade como valor, motivados por dinheiro e por uma óbvia superexposição na mídia televisiva, que promove fama e celebridade instantânea, embora fugaz.

Mas, para além dessas possibilidades, é igualmente curioso observar como há um Brasil do big brother. Ou seja: como valores de nossa sociedade se revelam explicitamente no grupo. Há, assim, a ênfase desmesurada na aparência - todos se querem bonitos, atraentes, espertos, malandros, espirituosos e bem vestidos. Há o cuidado extremado com os problemas que antigamente se classificavam como ‘de cor’, hoje transformados em discursos sobre opressão e resgate. Revela-se a importância da ‘limpeza’ pessoal, sobretudo no que diz respeito à comida, seu preparo e ato de comer. Há uma clara tentativa por parte dos membros do grupo em encontrar um ‘pai’ e uma ‘mãe’ capaz de brasileiroamente estabilizar certas dimensões da vida dentro da casa, seja acalmando sentimentos, dando conselhos ou tendo pressentimentos baseados em intuições maternas. Finalmente, a maior dificuldade: como criar uma hierarquia quando os participantes são definidos como sendo absolutamente iguais e cada qual representa um partido que compete por um prêmio milionário? Num certo sentido, portanto, todas as intrigas, futricas, simpatias e raivas passam por esse quadro tão antibrasileiro de se viver com pessoas sem nenhuma etiqueta, título ou sinal mais claro de posição social. Como não gostar, se a gente mora junto? E, pior que isso, como gostar demandando aquele invariável toque de lealdade nacional (que leva à gentileza e ao ‘fingimento’) e, ao mesmo tempo, competir?

A mim me parece que a maior fonte de angústia do programa não é bem a crueldade de se dispor a viver num mundo sem rotina e numa casa de vidro, mas ser obrigado a conviver com indivíduos no sentido pleno da palavra.

Salvo engano ou erro de cálculo, essa ausência - com raras exceções - de laços sociais balizadores, marco fundamental de nosso lado hierárquico, é o verdadeiro inferno para os participantes.

instituto de estudos de televisão © 2003-2004. todos os direitos reservados

Um paredão de R\$ 75 milhões

Jornal do Brasil
13/03/2005
Fonte: LUCRO / PROGRAMA DE TELEVISÃO /
Data: TELEFONE / CUSTO / VOTAÇÃO /
Palavra-chave: PATROCÍNIO / PATROCINADORES /
PUBLICIDADE / PROPAGANDA /
NÚMEROS
Observação: Números do Big Brother Brasil 5

Uma espiada nos números da quinta edição do Big Brother Brasil revela paredões tão lucrativos a ponto de fazer o prêmio de R\$ 1 milhão do vencedor do programa global virar gorjeta.

Até agora, os cerca de 40 milhões de espectadores diários já garantiram ao reality show um faturamento da ordem de R\$ 75 milhões, de acordo com levantamento feito pelo JB.

Até o momento, a quinta edição do programa só coleciona recordes. A rejeição de 95% de Aline, na última semana, foi a maior do Big Brother. Audiência de 70% de participação na audiência (a cada 10 televisores ligados, sete estavam sintonizados na emissora) durante a eliminação da modelo cearense Natália. E o que dizer dos 31 milhões de votos na disputa entre o professor universitário Jean e o médico Rogério?

Não à toa, a cota de patrocínio desta edição é a mais alta de todas as edições, cerca de R\$ 6,5 milhões para cada empresa. Assim, Azaléia, Fiat, Assolan, Minuano e Niely já garantiram R\$ 32,5 milhões antes mesmo do início do programa.

Mas os números não param por aí. Outra arma do programa são as ligações. Até agora, os oito participantes eliminados tiveram mais de 150 milhões de votos. Desse total, cerca de 18 milhões foram feitos por telefone, garantindo, no mínimo, receita de R\$ 5,5 milhões, já que cada chamada custa R\$ 0,31 por minuto, mais impostos. As ligações são auditadas pela PriceWaterHouseCoopers.

De olho no sucesso da audiência, são muitas as empresas que tentaram, sem sucesso, comprar uma cota de patrocínio em cima da hora. De acordo com executivos do mercado, é dado preferência às empresas que participam desde a primeira edição.

Desta forma, algumas companhias apostam pesado em outras ações. A empresa de telefonia móvel Oi, do grupo Telemar, criou serviços exclusivos como o Big Spy, que garante aos fãs acesso ao áudio da casa e dos microfones dos participantes. Até agora, segundo fontes do setor, o número de ligações são superiores a 6 milhões. Detalhe: a tarifa de ligações de

telefone móvel para celular é em torno de R\$ 1 (sem impostos) em horário normal.

Além disso, a operadora ainda criou, com a mesma tarifa, serviços como o Chat BBB, que permite conversar com outros fãs e com os participantes eliminados, Big Perfil (com perfil dos participantes), Big Quiz (jogo sobre edições anteriores) e Big Recado (permite que fãs deixem recados para os participantes). O faturamento com esses serviços não foi contabilizado, já que a TV Globo não autoriza a divulgação.

Com tantas opções, o investimento também é big. Acredita-se que a verba da Oi destinada ao programa seja a mesma de empresas como o banco HSBC, que investiu R\$ 6 **milhões**. O banco, além de ter um caixa de auto-atendimento dentro da casa, faz quatro inserções por semana nos dias de maior audiência: prova do líder, escolha dos participantes que vão disputar o **paredão**, escolha do anjo e eliminação.

Nos comerciais, a instituição financeira aproveita para apresentar o maior horário de funcionamento das agências. O vencedor do reality show ainda terá o dinheiro depositado no HSBC, juntando-se aos outros 120 mil clientes premier da instituição.

- A nossa parceria começou na edição passada. Decidimos continuar com o BBB porque a qualidade da audiência é muito boa. Todos assistem, apesar de alguns não admitirem. A nossa parceria começou a ser trabalhada desde outubro do ano passado, quando desenvolvemos uma máquina que funciona de verdade, para dar validade às estalecas, moeda criada dentro da casa - ressalta Glen Valente, diretor de marketing do HSBC.

A cota de patrocínio permite ainda que as empresas tenham direito a algumas inserções entre os intervalos do Big Brother e anúncios no site Globo.com, que, aliás, já chega a ter pico de 500 votos por segundo nas terças-feiras.

Durante os intervalos, sobra o espaço para o mercado. Cada inserção de 30 segundos sai por R\$ 150 mil. Mas para quem quiser fechar um pacote, a emissora foi mais generosa e ofereceu um desconto. Por R\$ 1,7 milhão, o anunciante tem o direito de 12 inserções de 30 segundos no mercado nacional. Assim, empresas dos mais variados setores como Pepsi, Guaraná Antarctica, os supermercados Sendas, Champion e Carrefour, Prezunic, Casa & Vídeo, Casa & Construção, Sustentagem Kids, Bob's, Mastercard e Luftal garantiram também outros **milhões** ao programa.

A atriz Roberta Espinosa, de 20 anos, reforça o coro de fãs do programa, o que, inclusive, não esconde de ninguém. Além de criar comunidades na internet, já montou um fã-clubes dos participantes do BBB.

- Acho fascinante a idéia de poder comandar o programa. Para isso, gasto mesmo. No último **paredão**, votei mais de 30 vezes contra a Aline pela internet e liguei 15 vezes. Mas estou preocupada com a conta. Já

teve até briga em casa - conta Roberta, enquanto acompanha pelo site o que rola na casa.

Aliás, hoje é dia de definição do paredão, com a escolha da líder Grazi e a imunidade concedida pelo anjo Carla. Façam suas apostas.

Colaborou Julia Ribeiro



Disputa por espaço no intervalo

Mesmo com o **Big Brother** sendo bancado pela Fiat, as concorrentes Ford e Volkswagen não perderam a oportunidade de anunciar seus novos modelos e promoções durante os intervalos.

Mas cabe à montadora italiana a distribuição de modelos do Novo Palio, cerca de R\$ 20 mil cada, a alguns participantes. Na reta final do programa, mais veículos serão distribuídos.

- O programa, que mexe com o dia-a-dia das pessoas, é uma maneira de mostrar a imagem da empresa em um início de ano. É uma oportunidade de estar mais perto dos clientes - afirma Alessandro Viscondi, diretor de mídia da Leo Burnett, agência de publicidade responsável pelas campanhas da Fiat.

Marcelo Souza, diretor de mídia da Lemon Publicidade, concorda.

- O programa garante a presença fiel de milhões de consumidores todos os dias. Por isso, é uma boa oportunidade para a empresa

manter seu índice de lembrança alto - ressalta Souza.

O sucesso do reality show oxigena ainda os lucros dos canais da Globosat. O Multishow, por exemplo, que possui vários horários de exibição do programa, chegou a ter mais de 1,2 mil pessoas assistindo aos 20 minutos ao vivo depois da transmissão na TV Globo quando a cearense Natália foi eliminada. Um recorde. Além disso, o aumento de anunciantes é, no mínimo, 50% maior em relação a períodos normais.

- Durante a exibição do programa ao vivo, no Multishow, o canal é líder em audiência da TV por assinatura, segundos dados do Ibope. Por dia, em média, o BBB atinge mais de 870 mil pessoas diferentes. Às terças, quando há a eliminação, a audiência do programa cresce em 29% em relação à média do programa nos outros dias da semana - revela Daniela Mignani, gerente de marketing do Multishow.

No canal Pay-Per-View, as adesões ao Big Brother 24 horas também são as maiores de todas as edições. Até agora, foram 110 mil assinaturas. Cada uma a R\$ 60. A expectativa é que outras 10 mil assinaturas sejam feitas até o final do programa.

- O crescimento em relação à edição anterior foi de 30%. Em média, a alta nas adesões de uma edição para a outra sempre foi de 15%. Este ano, no entanto, está maior devido ao sucesso dos participantes - destaca Elton Simões, diretor geral de Pay-Per-View e canais premium da Globosat.

Segundo a assessoria de imprensa, a TV Globo não divulga valores de investimentos e faturamento do programa.

Herói a gente faz na casa

Fonte: O Dia
Data: 25/02/2005
Palavra-chave: CURIOSIDADE / SUPER **HERÓI** / SUPER HERÓIS / DESENHO ANIMADO

Herói a gente faz na casa

Personagens criados a partir de integrantes do BBB são o maior sucesso. Quando começou o Big Brother Brasil 5, o público não imaginava que iria ligar a televisão e assistir a uma descabelada de gravata cor-de-rosa andando pela **casa**, um paranóico armando planos tão brilhantes quanto os do Cebolinha, uma fuxiqueira, um grandão com cara de mau, mas do tipo cão que ladra mas não morde, um gay assumido, uma miss comilona e uma dançarina arretada. De situações tão absurdas eles ganharam o título de Os Inacreditáveis.

No comando dos bastidores do programa, a editora-chefe do BBB, Fernanda Scalzo, conta como surgiu a idéia de transformar Natália em Menina Recalque, Aline em X-9 e Alan no Kid Pamonha para integrar esse time surreal. "O comportamento deles na **casa** e o filme Os Incríveis inspiraram a idéia. Cada um ganhou um nome de anti-super-herói e o grupo virou Os Inacreditáveis", explica ela, que resolveu estender o desenho animado de mais audiência da TV. "Muitas de nossas intervenções duram apenas um programa, mas percebemos que Os Inacreditáveis teria uma sobrevida. Os desenhos renderam principalmente e porque o nosso ilustrador trabalha nessa linha de quadrinhos", diz ela, lembrando que o ilustrador Rodrigo Cipriano fazia quadrinhos antes de integrar a equipe do reality show.

"Morri de rir quando vi. Não tem jeito, tem que entrar na brincadeira", releva Giulliano, que foi chamado de Super Fiasco. "Já tinham feito caricatura minha antes, mas essa ficou muito legal", admite o goleiro. Apesar de vaidoso, Rogério jura que não viu os desenhos ainda. "Não tive tempo. Mas todo mundo vem comentar comigo, dizer que ficou bacana", diz ele, que já voltou aos plantões médicos.

Há quem ache, no entanto, que os desenhos, apesar de divertidos são, no fundo, manipuladores de edição. "É uma maneira discreta de definir quem é legal e quem não é, e rotular os mocinhos e os vilões", acredita o vendedor Anderson Couto, 32 anos. Mas nem todo mundo pensa assim. "Acho que mostra bem o que eles são lá dentro. Nas outras edições do BBB eles não faziam isso para

manter o lado imparcial, mas dessa vez o jogo foi tão explícito que o desenho fala por si só. Quem assiste identifica suas impressões dos participantes nos personagens", resume o estudante Thiago Henrique Takamoto, 17.

CRIAÇÃO COLETIVA

DÚVIDA. Se todo mundo levou na brincadeira os apelidos dados pela equipe do BBB, Natália não entendeu seu nome no desenho: Menina Recalque. "Recalque? Mas o que é isso? É de maquiagem?", indagou ela.

EM CIMA DA HORA. Com uma inserção semanal no BBB desde a terceira semana, o desenho ganha novas historinhas a cada dia. "Geralmente começamos a trabalhar no programa de terça a partir de quinta. Temos dois equipamentos só para a produção gráfica. Mas uma idéia pode surgir na própria terça-feira e também ser realizada", conta Fernanda.

VIAGEM. As histórias dos personagens contam não só com os acontecimentos da casa, mas com a interpretação de um time que fica atrás das câmeras, viajando nas idéias. "O processo de criação é coletivo, participa boa parte dos editores e da equipe que acompanha O Dia-a-dia da casa, que passam resumo para o ilustrador. A equipe de edição trabalha para transformar ações em episódios", diz Fernanda.

TELEVISÃO-Para Globo, 'big brother' é personagem

Fonte: Folha de S.Paulo
Data: 22/03/2005
Palavra-chave: PARTICIPANTE / PARTICIPANTES / **PERSONAGEM** / REGRAS

DANIEL CASTRO
COLUNISTA DA FOLHA

A Globo editou norma em que os participantes de "reality shows", como "**Big Brother** Brasil", passam a ser tratados como personagens, como se fossem heróis ou vilões de novelas. A regra contradiz o princípio do "reality show", que traz situações reais, com "atores" reais, mas é coerente com a edição de "novela" que a emissora dá ao programa.

A norma tem fins comerciais. Foi distribuída ao mercado publicitário na semana passada. Ao tratar os participantes de "reality shows" como personagens, a emissora quer "proteger a imagem" que ela mesmo cria deles.

Assim, dá aos competidores o mesmo tratamento dado aos atores, que não podem em anúncios interpretar os personagens que encarnam na ficção.

A norma dificulta aos "big brothers" (que recebem cachê de R\$ 500 por semana que permanecem no programa) ganhar um dinheiro extra com publicidade.

Agora eles só poderão participar de campanhas 60 dias após o término do "reality show", "independentemente de terem alcançado maior ou menor notoriedade".

Mesmo assim, os "big brothers" têm de pedir autorização ao departamento comercial da Globo.

A regra dos 60 dias também vale para a concorrência. Ou seja, a Globo decretou que só aceitará um comercial estrelado por um participante de "Casa dos Artistas", por exemplo, dois meses após o final do programa do SBT.

Ex-participantes opinam sobre 'Big Brother Brasil 5'

Fonte: O Estado de S.Paulo
Data: 26/03/2005
Palavra-chave: OPINIÃO / BBB 5

E lá se vai mais uma temporada do **Big Brother Brasil**, que fecha sua quinta edição na terça com saldo pra lá de positivo. É o que dizem os números, tanto do Ibope quanto das ligações em dias de paredão, que, segundo o apresentador Pedro Bial, chegaram a superar a incrível marca dos 30 milhões. O índice do Ibope nas eliminações atingiu, em média, 50 pontos. Este é um dos indicadores de que bisbilhotar a vida alheia é um negócio da China e que, mesmo por debaixo do pano e sem assumir que gosta de reality shows, tem muita gente grudada na tela.

O sucesso desse tipo de programa faz com que seus integrantes se tornem aspirantes a celebridade ao saírem da casa. Isso ocorreu em todas as edições e, durante o período em que volta a ser exibido, ex-participantes aproveitam e tentam espremer o pouco que resta de seu momento pop star pós-**Big Brother**. Este é o caso de Kléber Bambam, que atualmente lidera o grupo Bambam e as Pedritas. O vencedor do BBB1 admite que não acompanha com muita frequência, mas gosta muito dos episódios a que assiste. "O que mais gosto no programa é do prêmio. Bem que podia ser esse valor na minha época." Se, na estréia, os concorrentes disputavam a quantia de R\$ 500 mil, o vencedor de terça levará o dobro desse valor. "Hoje, quem chega ao **Big Brother** é para ser famoso, diferentemente de quando eu participei. Como era o primeiro, as pessoas não sabiam o que aconteceria depois, que a chance de estar na mídia seria tanta", completa Bambam.

E a mídia realmente é generosa com alguns. Antonela Avellaneda integrou o BBB4 e hoje é uma das apresentadoras do programa Transalouca, da Rádio Transamérica. "Tenho acompanhado mais no fim e acho que o Jean ganha o prêmio." Antonela desenvolve uma teoria **sobre** os últimos acontecimentos da casa e também **sobre** a amizade da última eliminada, Tatiane Pink, e Jean. "Acho que o Jean teve chance de fazer amizade com qualquer um. Ele sempre foi muito sincero, autêntico. A Pink foi burra. Sabia que ele era o mais forte e o colocou no paredão. Com isso provou que era uma falsa", alfineta a argentina.

Parece mesmo que o professor baiano é unanimidade, pelo menos no que diz respeito aos **big** brothers. Outra que torce por ele é Tatiana, que até há pouco tempo participava do quadro Fuxico, dentro do programa A Casa É Sua, da RedeTV!. "Esta edição é a melhor de todas, pois as pessoas que estão lá são muito mais legais. Para mim, está bem óbvio que o Jean leva o prêmio. Acho que ele acertou quando disse que estava lá só para curtir, esse é o espírito da coisa."

A comerciante, que se desentendeu com a brasileira Juliana no BBB4, também acha que o programa atual teve menos confusões. "No meu houve muita discussão. As pessoas queriam camuflar, diziam que não estavam jogando, mas estavam. Neste não. Desde o início todo mundo disse a que veio."

Outro que também tenta se firmar de alguma forma na mídia é Thyrso. Fazendo participações quinzenais no programa Mulheres, da TV Gazeta, o 'gourmet' opina **sobre** o BBB5. "A produção do **Big Brother** é muito criativa. Acompanho todas as edições e uma nunca é parecida com a outra. Há sempre uma novidade." **Sobre** suas apostas, Jean na cabeça, claro. "Já estava previsto desde o começo que ele ganharia o jogo. O público que vota é aquele que não gosta de injustiças. O fato de ele ser perseguido pelo grupo que admitiu que estava ali para jogar e também sua sinceridade em assumir sua sexualidade mexeu muito com o povo."

Para fechar a questão, Dhomini, ganhador do BBB3, nada modesto, decreta: "Quem vence o jogo é o mais inteligente; neste caso, é o Jean." vvv

TELEVISÃO-Globo prevê 'BBB' pelo menos até 2007

Fonte: Folha de S.Paulo
Data: 26/01/2005
Palavra-chave: BIG BROTHER BRASIL / AUDIÊNCIA /
PREVISÃO / PROJETO

DANIEL CASTRO
COLUNISTA DA FOLHA

O "reality show" "Big Brother Brasil" deverá ter **pelo menos** mais dois anos de vida, surpreendendo os críticos do gênero e muita gente da própria **Globo**. Com a boa audiência da quinta edição, Octavio Florisbal, diretor-geral da **Globo**, já fala até em "BBB 7", a ser exibido em 2007. "Enquanto 'Big Brother' tiver bom nível de aceitação, vamos produzi-lo. O quinto está indo bem, então devemos ter o sexto e o sétimo", disse o executivo. "BBB 5" é, até agora, com folga, a maior audiência de todos os "BBBs". Sua média até segunda-feira (duas primeiras semanas) era de 49 pontos na Grande São Paulo, com a sintonia de 67% dos televisores ligados ("share"). É a segunda maior audiência da **Globo**, atrás de "Senhora do Destino" (55 pontos na semana passada). Em suas duas primeiras semanas de exibição, o primeiro "Big Brother Brasil" marcou 45 pontos (63% de share). O último ("BBB 4") cravou 44 (64%) no período. Subproduto de "Big Brother Brasil", já está fazendo relativo sucesso um jogo para celular, o "Meu Big Brother", que é inspirado no brinquedo Tamagotchi. O usuário adota virtualmente um dos participantes e tem que cuidar dele (dar comida, limpar). Só na primeira semana, uma operadora de celular registrou mais de 10 mil "downloads". A miss Paraná, Grazielli, é a mais "adotada".

Jean Wyllys, campeão de autógrafos

Fonte: O Globo
Data: 19/05/2005
Palavra-chave: LANÇAMENTO

Alessandro Soler

Não houve Café Literário, sessão de **autógrafos**, palestra ou encontro que não tenha tido problemas de som, ontem à tarde, na Bienal do Livro. Era impossível escutar qualquer coisa mesmo nos lugares mais isolados, dada a gritaria descontrolada das centenas, talvez milhares de tietes ao correr atrás das estrelas pop que baixaram por lá. Em frente à sala vip montou-se durante toda a tarde um acampamento de adolescentes, que berravam a cada aparição do jovem ator Felipe Titto, o Marley da novelinha "Malhação", da Rede Globo. Felipe foi acompanhar a sessão de **autógrafos** da mãe de um amigo. Sua "participação" na festa dos livros só foi eclipsada pela do baiano Jean Wyllys, vencedor da quinta edição do Big Brother Brasil, que, por conta da histeria e do grande assédio dos fãs, teve de autografar seu novo livro, "Ainda lembro", no Auditório Fernando Sabino, com capacidade para 600 pessoas, em vez de fazê-lo no estande da Editora Globo, como programado.

Mais tarde, **Jean**, que falaria no espaço da Arena Jovem (com capacidade para não mais do que cem pessoas), teve de palestrar no próprio auditório onde autografara mais de 600 livros para os fãs. A lotação do evento, naturalmente, foi máxima e começou atrasada. Visivelmente cansado, **Jean** disse que, apesar da roda-viva, está muito feliz e mostrou-se esperançoso sobre o futuro da literatura no país.

- Espero que essa loucura toda seja revertida em função da leitura e da literatura. Num país de analfabetos como este, onde pouquíssimos têm acesso à informação, dá esperança ver como as pessoas estão se aproximando assim de um escritor e, de quebra, da literatura. Eu não sou da "Malhação"! Veja só quanta gente está aqui reunida por mim, quantos compraram o livro. Não creio que vão usá-lo como peso de estante - afirmou, pouco antes de a também ex-BBB Marielza de Souza Santos aparecer para cumprimentá-lo.

Além de Felipe, outros atores de "Malhação", como Nicolas Trevijano (Professor Rodrigo) e Renato Franco (Julião) atraíram a atenção das afoitas fãs. Eles chegaram a fazer um passeio por alguns estandes da Bienal, mas o alvoroço foi tamanho que a organização os orientou a se refugiar na sala vip.

**CEDOC / TVGLOBO**

Regina Casé garante o show em 'Muvuca'

Fonte: Jornal do Brasil

Data: 16/11/1998

Palavras-Chave: estréia

ANA CLAUDIA SOUZA

O que é **Muvuca**? Programa de entrevistas, talk show ou um espaço para Regina Casé mostrar que é a dona do pedaço? É isso e um pouquinho mais. **Muvuca** é uma zona, que na estréia misturou universos tão diferentes quanto o dos imortais da Academia Brasileira de Letras, o dos sonhos das empregadas domésticas e o das confissões sexuais de Angélica. Tudo costurado num vaivém que acentua um certo clima de bagunça e improviso, perfeito para Regina Casé aparecer como verdadeira one-woman-show que, com o maior carisma, faz de escada anônimos e famosos. O resultado é um programa legal - e muito bem amarradinho.

Regina garantiu o primeiro bloco só apresentando o cenário e explicando o significado - inexistente - da palavra **muvuca**. Para definir o termo recorreu a imortais como Rachel de Queiroz, Eduardo Portella, Lêdo Ivo e Antônio Houaiss, personagens impensáveis para um programa de horário nobre que faz o estilo pop-engraçadinho. Bem-humorados, os acadêmicos - pegos em seu habitat natural, a ABL - se saíram bem. Para apresentar o cenário - uma casa enorme -, Regina se fez acompanhar por um monge taoísta, que traçou a radiografia energética do lugar. Tudo cronometrado por uma agendinha que, volta e meia, aparecia no vídeo, dando o ar de humor-verdade que marcou **Muvuca**.

A casa é a maior novidade na nova aventura da apresentadora. Primeiro porque não é cenográfica - ali tudo é verdade e os entrevistados passam pelas salas de produção e redação, misturando bastidores e boca de cena, e não é raro a imagem estar suja, ou seja, com gente da cozinha passando no fundo do vídeo. Depois, porque todos os ambientes se prestam a ser usados como cenário.

O melhor deles na estréia foi o banheiro, onde Angélica confessou o que todo mundo sabe, mas não trata com tanta naturalidade: sua "primeira vez" foi com César Filho. E tome Regina Casé contando que também "deu tarde", aos 18 anos. E a gente ali, como se estivesse espiando a conversa mais íntima do mundo pelo buraco da fechadura. Mas como **Muvuca** não é só feita de famosos, anônimos que chegaram à casa à procura de um emprego anunciado pela produção nos classificados de jornal também renderam ótimos momentos do

mais puro papo de empregada: e lá estava Regina de novo, conduzindo a entrevista das cozinheiras e mostrando que de povo ela também entende.

Embora sobre espaço, o castelinho do Jardim Botânico não é o único ambiente por onde Regina Casé se espalha. A apresentadora também foi a um shopping center procurar presente de aniversário para Cid Moreira que, em outro momento raríssimo, compareceu "pela primeira vez", como Regina anunciou com estardalhaço, a um talk show. "Primeira e última", retrucou Cid, com sua voz de eterno "boa-noite" do Jornal Nacional.

Muvuca também teve lá suas pitadas antropológicas. Quem prestou atenção viu uma definição tintim por tintim da origem indígena da peteca - a palavra e o jogo. Ao contrário de Brasil legal, porém, o novo programa não tem um tema definido, nem se propõe a dissecar um assunto. Está tudo misturado, embora, na estréia, ficasse a sensação de que Regina estava com sexo na cabeça. Até a participação de Roy Gracie, que vive nos Estados Unidos e ilustra o currículo como professor de Mel Gibson, tinha sexo no meio: Gracie deu umas rápidas pinceladas da técnica que ensina mulheres a se defender do estupro. Menos interessada no método do que na piada, Regina tirou casquinha do professor e de novo conseguiu levar outro bom momento para o programa.

Num horário maltratado pelas emissoras, **Muvuca** apareceu como boa opção para quem procura diversão caprichada e desprentensiva. Se continuar assim, está garantida parte das noites de sábado - para a vida ficar melhor só falta a gente se livrar das pancadarias recorrentes de Charles Bronson no Supercine.





CEDOC / TVGLOBO

A hora da antiestrela

Fonte: Época
Data: 30/11/1998
Palavras-chave: crítica / perfil / carreira

Regina Casé faz sucesso em **Muvuca**, um programa que ela mesma não sabe definir complicado entrevistar Regina Casé. Por três motivos. O primeiro: ela não morre de amores pela mídia, não gosta de dar entrevistas. Outro: são poucas as brechas, em sua atribulada agenda, em que concilia as gravações de **Muvuca** com uma rotina da qual não abre mão, como fazer a feira e levar a filha, Benedita, à escola. Além disso, o repórter fica cara a cara com aquela que hoje é apontada por muita gente como a melhor entrevistadora do Brasil. Ou, no mínimo, a mais original e criativa. Esta pode ser então a primeira pergunta: Regina, você é a melhor entrevistadora do Brasil? Com seus olhos que parecem não piscar jamais, a atriz disfarça, diz que não está preocupada com isso, mas não consegue esconder o orgulho e a felicidade com o novo formato de programa na Rede Globo. Um sucesso de crítica e público que fez a emissora voltar à liderança no horário nobre do sábado, no qual há tempos apanhava do concorrente A Praça É Nossa, do SBT. Talvez por isso, no quadro de recados do casarão onde rolam as gravações, alguém tenha dado a deixa: "Os dias andam iluminados". Escrita com hidrocor azul.

Luzes, muitas luzes, muitas câmeras e muita ação na casa da Rua Maria Eugênia, a última dessa ladeira no bairro do Humaitá, na Zona Sul do Rio de Janeiro. É ali que a trupe de Regina - umas 50 pessoas - corre do jardim para a cozinha, do quarto para a varanda, do banheiro para a piscina, recebendo artistas e criando os quadros impagáveis de **Muvuca**. Antes de chegar ali, outros obstáculos para a entrevista: as três guaritas que o visitante tem de ultrapassar no caminho, o que só consegue mediante autorização dada pelo rádio da segurança. Tem mesmo de ser assim. Caso contrário, era bem capaz de algum engraçadinho resolver dar as caras por ali, tal a intimidade do público com Regina Casé - marca de seu trabalho desde Programa Legal e Brasil Legal. "Isso às vezes até me irrita. Os entrevistados ficam tão à vontade comigo que chego a pensar em sacudi-los e dizer: 'Olha, tem uma câmera ali'. No Brasil Legal, tinha gente que entrava no chuveiro enquanto eu estava entrevistando. Eu sou a antiestrela", define-se. Se não gosta mesmo de entrevistas, Regina deve estar "por aqui" de pedidos para que tente definir o **Muvuca**. Programa de humor? Programa jornalístico? "Teve uma definição que gostei: um programa de encontros." Para Artur Xexéo, colunista do Jornal do Brasil e freqüente crítico da programação de TV, **Muvuca** pode ser tudo, menos um programa de entrevistas. "Numa entrevista, o entrevistado é sempre mais importante que o entrevistador", escreveu, condenando a forma como Regina, muitas vezes, chega a expor seus convidados ao ridículo. Mas já aconteceu de, no meio de um quadro, Regina ter a sensação de

que talvez tivesse exagerado com algum entrevistado? Passado dos limites? "Às vezes, mas pela ingenuidade de pessoas da rua, que falam coisas sem ter noção do que isso representa. Mas penso que, assim como o entrevistado, também estou correndo risco na cena. A pessoa pode me derrubar no ar, e a gente não corta na edição. Se eu caio da cadeira, aparece no programa."

E qual seria a primeira pergunta, daquelas bem inesperadas e constrangedoras, que Regina Casé faria no **Muvuca** se estivesse entrevistando... a si mesma, Regina Casé? Ela pára, vira os olhos (ainda arregalados, será que não pisca mesmo?) para cima, pensa um pouco antes de falar, o que não é seu estilo, e conclui: "Como é que você pode gostar tanto de tantas coisas, tantas pessoas e tantos lugares ao mesmo tempo?" Regina odeia qualquer coisa "para um público só", do tipo boates só para gays ou peças de teatro só para crianças. "Eu gosto de misturar negócios diferentes, assuntos diferentes, por isso me sinto tão realizada com meu trabalho atual." Seu entusiasmo dá a entender que voltar a fazer peças de teatro seria algo frustrante para essa atriz que, há 21 anos, ganhou o Prêmio Molière com Trate-me Leão. "Atualmente, se eu fizesse uma peça, me sentiria muito limitada no palco", admite. Lógico que muita coisa mudou desde que Regina recebeu o Molière vestindo um bustiê de oncinha. O corpo ganhou alguns quilinhos e seus "peitos perfeitos", descritos por Caetano Veloso em "Rapte-me, Camaleoa", foram raptados pela filha, Benedita. Regina é a mais bem-sucedida da geração Asdrúbal Trouxe o Trombone, grupo teatral dos anos 70, quando contracenava com Hamilton Vaz Pereira e Evandro Mesquita. Aos 44 anos, tem carta branca da Globo. Nos primeiros programas, já perguntou a Angélica e Monique Evans: "Com que idade você deu pela primeira vez?" E já entrou numa loja de produtos eróticos e mostrou vibradores diante das câmeras. "Não me polício sobre possíveis barreiras da Globo. As pessoas se autocensuram por preconceito. Não fazem as coisas dando como desculpa que alguém não vai deixar, que a Globo não vai aceitar. Nós fazemos um programa que mostra de tudo, e me orgulho de que isso esteja na Globo", diz Regina. No começo da carreira, ela chegou a dar entrevistas dizendo que jamais trabalharia na emissora.

A antiestrela, perfeitamente capaz de sair pela cidade com sacolas de compra, cara de quem caiu da cama, no dia da estréia do programa resolveu, distraidamente, ir à Rua da Alfândega fazer compras. A galera reconheceu. "Naquele dia, devo confessar, tive que dar uma corridinha pela Avenida Presidente Vargas." Com o sucesso, tem **muvuca** que incomoda.

Cláudio Henrique

O CASARÃO DA **MUVUCA**

Endereço

Rua Maria Eugênia, 488, Humaitá.

Localização

Na encosta de um morro em Botafogo, embaixo do Cristo. História: construída na década de 30, a casa serviu de locação para o filme Toda Nudez Será Castigada, de Arnaldo Jabor.

Animais da casa

O cachorro Muvucão e o gato Muvucat.

REGINA CASÉ

É filha de Geraldo Casé, diretor da Globo que criou o Sítio do Pica-pau Amarelo

Na televisão, o trabalho que a revelou para o grande público foi o humorístico TV Pirata.

O artista plástico Luís Zerbini, com quem foi casada durante 14 anos, é o pai de sua filha, Benedita. Atualmente, ela vive com um dos diretores do **Muvuca**, Estevão Pantoja.

Copyright © 1998 Editora Globo S.A
Todos os Direitos Reservados

[Voltar](#)

CEDOC / TVGLOBO

Sabadão gordo

Fonte: Veja

Data: 02/12/1998

Palavras-Chave: perfil / critica

Com Muvuca, Regina Casé firma-se como estrela de primeira grandeza na Globo
Marcelo Camacho

De visita inesperada, Regina Casé transformou-se em anfitriã. No Brasil Legal, programa mensal que apresentava até o final do ano passado, Regina parecia chegar de surpresa à casa das pessoas. Entrava com a maior sem-cerimônia e logo criava um clima de intimidade. Em **Muvuca**, há duas semanas no ar nas noites de sábado, ela faz sala para seus convidados no mesmo estilo efusivo que se tornou sua marca registrada. Já deu uma festa de aniversário para Malu Mader. Dirigiu a novela Modelo Monique Evans e o cantor brega Wando num remake de novela em que os dois interpretavam um travesti e um milionário entediado. No **Muvuca**, Regina recebe as pessoas em casa literalmente. É o único programa da Globo que não é ambientado em estúdio. Regina conseguiu que a emissora alugasse um casarão no bairro do Humaitá, na Zona Sul carioca. A ideia é que todos os cantos da propriedade sejam utilizados, do banheiro ao bosque que serve como quintal da casa. Os convidados só não serão recebidos no sofá da sala de visitas. Regina quer se diferenciar da outra anfitriã famosa da televisão brasileira, a decana Hebe Camargo, que até hoje tem um programa nas noites de segunda-feira no SBT. O **Muvuca** — gíria que significa lugar cheio de gente, confusão — é um sucesso. Elevou a audiência das noites de sábado na Globo, que costumava ser de 20 pontos, para a casa dos 30. O êxito de Regina, 44 anos, deve-se ao fato de que a apresentadora encarna, como ninguém, duas características que costumam ser atribuídas aos brasileiros: a cordialidade e o bom humor. Regina é atriz, mas quando faz seus programas não está interpretando uma personagem. Ela é assim mesmo, engraçada e espreitada, desde criança. Filha de uma família classe média de Copacabana, aluna do tradicional colégio Sacré-Coeur de Marie, gostava de passar os fins de semana na casa da empregada Marinete, na favela da Catacumba, que existia na Zona Sul da cidade. "Eu adorava as crianças do morro, lá era animado à beça", recorda. Regina mantém essa espontaneidade no trato com os mais humildes até hoje. Quando fazia o Brasil Legal, era frequentemente acusada de fazer gozação com gente pobre. Quem conhece Regina sabe que isso não é de seu feitio. É que a atriz não faz a mínima questão de posar de politicamente correta fazendo média com as "coisas do povo". Em 1993, por exemplo, foi convidada para assistir ao concurso Beleza Negra, patrocinado pelo bloco Afrolê-Aiyê, de Salvador. Quando a

batucada começou, colocou um par de bolotas de papel no ouvido. Diante dos olhos de espanto dos dirigentes do Ilê, ela informou: "As moças do concurso são lindas, mas eu odeio barulho". Ninguém se ofendeu.

"Nho queda sorte" — Regina começou a fazer grandes amigos e a influenciar pessoas aos 15 anos, quando seus pais se separaram e foram embora do Rio de Janeiro, deixando-a sozinha. Sim, é isso mesmo, o pai foi para São Paulo e a mãe, casada novamente, imigrou para Portugal com suas duas irmãs. Regina, voluntariosa, fincou o pé dizendo que ia ficar. E conseguiu. Foi morar com sua tia Julinha, então com 78 anos. "Minha tia ganhou uma herança, comprou um apartamento e fomos morar juntas. Foi quando entrei com tudo na cultura pop." Regina mergulhou no mundo dos gibis, das telenovelas e, é claro, do teatro. Nessa época, formou com Hamilton Vaz Pereira, Luiz Fernando Guimarães, Evandro Mesquita e Patrícia Travassos, entre outros, o grupo Asdrúbal Trouxe o Trombone, um marco para a moçada da década de 70 e cuja peça de maior sucesso, *Trate-me Leão*, rendeu um Prêmio Molière a Regina. As reuniões do grupo aconteciam na casa da tia Julinha. "Na sala só havia uma mesa de totó e os nossos figurinos. Era uma loucura." Mais tarde, quando sua mãe, Eleida, já havia voltado ao Brasil, Regina começou a treinar seus dotes de anfitriã. Passou a organizar jantares toda dia 29 de cada mês, quando convidava os amigos para comer um prato de nhoque. Debaixo de cada prato, colocava uma nota de dinheiro. O ritual do "nhoque da sorte", de origem italiana, tinha uma graça a mais para os integrantes do grupo. "Como éramos todos duros, aquele dinheirinho da dona Eleida era como se fosse uma mesada", lembra Perfeito Fortuna, um dos integrantes do Asdrúbal.

Trombada — Naqueles tempos, Regina guiava-se pelo bordão "Rede Globo, jamais!", que significava sua recusa a "aderir ao sistema". Hoje seu bordão é outro: "Não projeto nada em minha vida". Foi sem planejamento que, saída do TV Pirata, no qual estreou depois de apenas duas novelas globais, *Vereda Tropical* e *Cambalacho*, Regina emendou um programa no outro. Todos com sucesso. Primeiro foi a vez do Programa Legal, em 1991, que ela dividiu com Luiz Fernando Guimarães, parceiro dos tempos do Asdrúbal. O trabalho conjunto teve como subproduto um estreitamento entre os dois. Ambos tinham egos muito grandes para ocupar o mesmo set de gravação. A trombada com Regina prejudicou a carreira de Luiz Fernando na emissora (só neste ano ele ganharia uma segunda chance com *Vida ao Vivo Show*, ao lado de Pedro Cardoso), mas o ator jura que não guarda rancor da colega. Depois do episódio desagradável, ela partiu para a carreira solo no Brasil Legal, que levava Regina aos confins do país sempre com a intenção de descobrir festas, rituais ou personagens interessantes. Pouco a pouco, ela foi deixando de ser atriz. Tornou-se entrevistadora, apresentadora, comunicadora. Nem no teatro ela atua mais. "Ganhei aversão a lugares fechados:

teatro, camarim, sala de maquiagem, estúdio de televisão, tudo", irrita-se ela, apontando ser esse um dos motivos que a levaram a sugerir que a Globo alugasse uma casa para ambientar o **Muvuca**.

Porter "aderido ao sistema", Regina recebe um bom salário. Ganha cerca de 40.000 reais mensais na Globo, remuneração que a coloca no mesmo patamar de estrelas da casa, como Regina Duarte. Recentemente comprou um apartamento de frente para o mar do Leblon, na orla carioca, para o qual ainda não sabe se vai mudar. Atualmente mora com a filha Benedita, de 9 anos, em um sobrado no bairro da Gávea. A menina é fruto do casamento de Regina com o artista plástico Luiz Zerbini. Separada dele há dois anos, Regina agora namora Estevão Ciavatta, 30 anos, um dos diretores do **Muvuca**. O romance teve um início tumultuado, já que ela e Ciavatta ainda não haviam rompido completamente os vínculos anteriores quando começaram a namorar. Seus outros bens são um carro Toyota e um terreno em Angra dos Reis. Regina não se preocupa muito em poupar, em investir seus ganhos. Prefere fazer o estilo mão-aberta. "A Benedita faz inglês, balé, um monte de coisas. Eu faço análise, massagens, compro quilos de roupas e viajo muito", enumera. O guarda-roupas de Regina é repleto de peças espalhafatasas, coloridíssimas. "As pessoas vivem me colocando na lista das menos elegantes, acham que elegância é vestir um terninho salmão. Eu tenho é estilo." Diferentemente da época do Asdrúbal Trouxe o Trombone, quando o dinheiro do grupo era tão curto que podia ser guardado numa caixa de queijo catupiry, Regina pode e adora patrocinar férias para os amigos. "Ela é capaz de alugar uma casa na Bahia e levar para lá um grupo de dezesseis pessoas", diz sua irmã, Virginia. O Brasil é legal, mas Regina também ama Nova York. "Minhas roupas fazem o maior sucesso entre os americanos. Sempre vem alguém perguntar se sou artista", vangloria-se.

"Linda, gostosa" — Regina costuma dizer que é interessadíssima por todo tipo de assunto, de física quântica às festas do candomblé. Além da cordialidade e do bom humor, sua personalidade, por assim dizer, sincrética é a terceira razão do sucesso de seus programas. Neles cabem todos os temas, não importa se ligados de maneira estapafúrdia. É até bom que tudo pareça meio sem pé nem cabeça. O caldeirão de Regina está sempre em ebulição. Embora só grave o **Muvuca** às quartas e quintas-feiras, ela discute idéias e participa da produção do programa todos os dias. Mas sempre sobra um bom espaço na agenda para seus compromissos familiares. Às sextas-feiras, por exemplo, Regina e a filha vão religiosamente à feira de seu bairro. "Adoro feira, todo mundo se conhece, me chamam de linda, gostosa. É uma diversão", conta. É bom ouvir elogios desse tipo, principalmente quando se está bons quilinhos acima do peso ideal, caso de Regina. Ela, que nos tempos do Asdrúbal era um varapau, foi vendo pouco a pouco a sua

silhueta ganhar contornos arredondados. Por isso mesmo, vive entrando em regimes, invariavelmente abandonados pelo meio. A solução cirúrgica a assusta. "Lipoaspiração? Não sei, prefiro encarar uma ginástica. Acho que operação é sempre um trauma." Regina jacta-se de não ter feito, até hoje, nem mesmo um reles lifting. "Outro dia fui a uma festa em que eu era a única, entre homens e mulheres, que não havia entrado na faca", diverte-se. Tudo bem: quando se tem o carisma de Regina, um corpinho esbelto e malhado é artigo supérfluo.

A button with the word "Voltar" (Return) written in a bold, sans-serif font, enclosed in a dark rectangular box with a slight gradient.

Pé na estrada

Fonte: O Dia
Data: 29/03/2000
Palavras-chave: estréia

Regina Casé viaja pelo Brasil e exterior atrás de histórias de anônimos para o novo 'Muvuca'
Ana Lúcia do Vale

Gianne Carvalho

Regina volta a entrevistar o povão no novo 'Muvuca'

Regina Casé vai meter o pé na estrada na versão 2000 do Muvuca, que passa a dividir semanalmente as noites de terça-feira com o Casseta & Planeta, Urgente!, a partir do dia 4 de abril. Na entrevista coletiva realizada numa confeitaria no Centro, na noite de terça-feira, Regina se mostrou empolgada por ter de volta a chance de colher boas histórias com personagens anônimos nas viagens que fará novamente País e exterior, como fazia no Brasil Legal e no Programa Legal. A apresentadora também não lamentou a perda do casarão onde era gravado programa do ano passado, em que contava com o elenco da emissora.

"Esse formato de 99 foi experimental. Minha equipe era moldada para uma atração mensal, como o Brasil Legal, e de repente, tínhamos um programa semanal. Sou crítica e queria o aprofundamento do mensal no semanal. Mas fizemos viagens no ano passado e percebi que podemos ter um Muvuca bacana por semana", explica Regina.

O Muvuca de estréia foi gravado em Trinidad & Tobago, no Caribe, durante o Carnaval local e vai mostrar a mistura de raças da região. A apresentadora também foi a Piranhas, em Alagoas, para uma festa típica da região. Já o programa da segunda semana de abril vai às compras em Miami, nos Estados Unidos.

Ficção também fará parte do novo Muvuca. Mas ainda não é nada perto dos personagens que fazia no TV Pirata ou da hilária Tina Pepper, da novela Cambalacho. "Vão ser pequenas pílulas de ficção. Já estava com saudade", conta Regina, que vai contar com textos de Guel Arraes e Adriana Falcão. Outra novidade é o uso da câmera portátil digital, operada pela própria Regina. Apesar de não ter sido muito bem vista pelo departamento técnico da Globo, a câmera ficou e as imagens vão complementar os bastidores das entrevistas. "Geralmente, precisamos de umas cinco pessoas para fazer uma gravação. Com a câmera sozinha, Regina consegue resultados mais intimistas", garante Estevão Ciavatta, diretor e marido da apresentadora.

Baú da Regina

MEMÓRIA - O Muvuca 2000 vai mostrar por onde andam personagens que já foram entrevistados por Regina Casé. A primeira é a sergipana Maurivânia, que, em entrevista do Brasil Legal disse que não podia raspar as pernas por causa do marido ciumento.

AUDIÊNCIA - "Em 99 caí na esparrela de tentar discutir audiência, horário etc. Mas não sou adivinha. Meu negócio é entrevistar", diz Regina.

MUVUCA - "Queremos mostrar a muvuca da semana, que pode acontecer em Trinidad & Tobago, como na estréia, ou na galeria Ritz, em Copacabana", explica.

Voltar

CEDOC / TVGLOBO

Muvuca micada

Fonte: Veja

Data: 24/05/2000

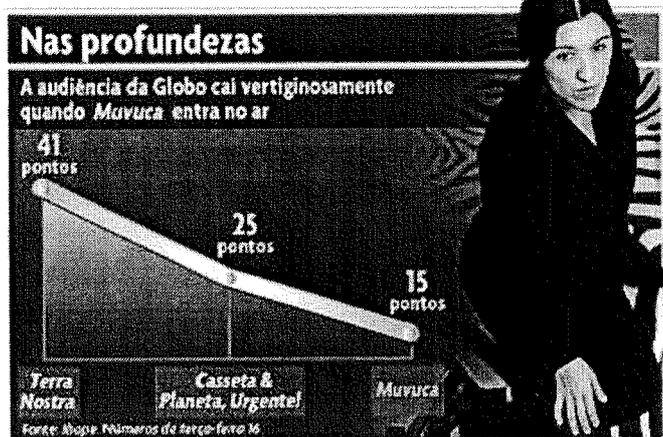
Palavras-chave: queda de audiência / programação de televisão / TV Globo

O público gosta cada vez menos de Regina Casé

Silvia Rogar

O programa **Muvuca**, de Regina Casé, continua desenganoado. O paciente não sai da UTI, embora a Globo o entupa de remédios. Programado inicialmente para as noites de sábado, **Muvuca** nunca emplacou no horário, perdendo sistematicamente para A Praça É Nossa do SBT. Amargou, por um tempo, um exílio nas madrugadas de sexta-feira. No início deste ano, a Globo pensou ter encontrado um jeito de fazer **Muvuca** decolar: escalá-lo nas noites de terça-feira, logo depois do Casseta & Planeta, Urgente! A idéia era capturar o público do programa de Bussunda e companhia, supostamente receptivo a uma atração calcada no humor. **Muvuca**, no entanto, mais uma vez deu azar. O SBT escolheu a mesma terça-feira para colocar no ar os filmes comprados a peso de ouro dos estúdios Disney e Warner. Desde 4 de abril, quando as produções arrasa-quarteirão estrearam na emissora concorrente, tanto o programa de Regina Casé quanto o Casseta & Planeta, Urgente! vêm levando surras sistemáticas. Na terça-feira passada, ambos foram derrubados por Mel Gibson e seu O Preço de um Resgate, que conseguiu uma média de 31 pontos (veja quadro). Antes de o filme começar, o programa de Bussunda vinha batendo o de Ratinho.

Renata Ursaia



O pior é que a previsão de que **Muvuca** herdaria a audiência da atração anterior não se confirmou. Nas últimas semanas isso vem ficando bem

claro. A Globo incluiu nos três últimos Casseta & Planeta participações especiais de Regina Casé chamando para seu **Muvuca**. Isso não impediu que a audiência despencasse vertiginosamente entre uma atração e outra. O maior problema de **Muvuca** parece ser a falta de personalidade. Na origem, era algo parecido com um show de variedades. A partir deste ano, transformou-se numa espécie de reedição do Brasil Legal, com Regina Casé viajando para vários lugares e entrevistando pessoas desconhecidas. Recentemente, a Globo parece ter chegado à conclusão de que o melhor é reduzir o tempo da apresentadora no ar. Foi incluído um quadro fixo com o humorista Pedro Cardoso e planeja-se acrescentar o ex-VJ Cazé ao elenco. Na tentativa de salvar seu programa, Regina Casé foi recentemente ao Programa do Jô e ao vespertino de Ana Maria Braga, para fazer autopropaganda. Tudo em vão. O fracasso de **Muvuca** surpreende porque sua apresentadora, até pouco tempo atrás, era considerada uma atração popular dentro da Globo. O divórcio entre Regina Casé e o público parece inevitável. É uma separação consensual. De um lado, a audiência dá a ela cada vez menos ibope. De outro, a apresentadora declara, em entrevistas, que acha seu **Muvuca** sofisticado demais para o paladar do brasileiro médio. Só falta, agora, o programa sair do ar.

[Voltar](#)