

## A FANTASIA BIG BROTHER BRASIL

Wagner Luiz da SILVA<sup>1</sup>

---

**Resumo:** Analisar criticamente as conseqüências socioeducativas das manifestações atuais na mídia televisiva nacional dos Reality Shows enquadradas nas grades das inúmeras redes de televisão.

**Palavras-chave:** individualismo; concorrência desenfreada; consumismo; colonialismo cultural; fetiche televisivo; maniqueísmo; pseudo-participação interativa; imagem como princípio.

---

..“Onde as pessoas aceitam ter a sua privacidade invadida por milhões de pessoas!”.

..“Este tipo de programa, só pode fazer parte do espetáculo ideológico do capitalismo!”.

..“Através do programa, é bem visível o que as pessoas são capazes de fazer por dinheiro!”.

..“Aquele programa é uma porcaria, afinal quem assiste só quer saber da privacidade dos moradores da casa!”.

..“(...) estando lá dentro, não tem mais privacidade de viver a sua vida como bem entender, de fazer o que quiser, pois estando lá, todos se interessam em saber o que eles fazem, são criticados e difamados por jornais, revistas e até por programas de televisão!”.

---

<sup>1</sup> Licenciado em História pela FUNEPE. Docente da FAC-FEA

..“Apesar de ser um programa feito com muita criatividade para iludir telespectadores de todas as idades, ele mostra cenas de todos os tipos, como sexo, amor, briga, crueldade, falsidade etc.”.

..“(...) este tipo de programa, como dizem meus pais, é um menosprezo à nossa inteligência!”.

..“Essa atração não passa de uma jogada que atrai o público para assisti-la. É um novo tipo de programa que chama o povo, pois dá a idéia de poder ver tudo o que uma pessoa faz, ou seja, o que dá íbope é a curiosidade do público”.

..“É interessante observar o comportamento das pessoas, seus relacionamentos e até onde são capazes de chegar, movido pelo grande prêmio final do jogo. Ao mesmo tempo, os integrantes do desafio têm sua imagem exposta, e a partir daí, eles não possuem o mesmo tipo de liberdade. Estas restrições criam uma guerra psicológica para com os participantes, e sentimentos como saudade e carência aparecem”.

(EDUCANDOS – EDUCAÇÃO BÁSICA)

Procurando preservar a privacidade de meus alunos e alunas, deixei de citar os nomes dos autores destas incômodas frases. Estimulados a escrever sobre o tema proposto no título desta obra, educandos da última série da educação básica, analisaram do ponto de vista individual, o arcabouço deste programa que em pouco tempo virou “mania nacional”. Para minha surpresa, um número de jovens, relativamente maior, do que era esperado, posicionaram-se criticamente, demonstrando um grau de maturidade muito interessante.

Também estimulado a escrever sobre a maniqueísta encenação da vida privada, espero sinceramente que as idéias elencadas neste escrito educacional, possam levar o leitor a reflexão e a argumentação crítica desta

problemática pós-moderna. Todas as observações indicadas foram transcritas a partir da análise cotidiana do programa. Aguardo atenciosamente futuras críticas que possam servir de alicerce à construção de uma análise mais coerente e reflexiva dos objetivos e das conseqüências nocivas aos educandos.

Importado do submundo televisivo norte-americano, o mega show "Big Brother Brasil" ou a (Grande Irmandade), é apenas mais um dos diversos espetáculos das emissoras ianques, transformados em eventos culturais por nossos empresários do entretenimento.

Produzido no Brasil a partir de 2002, virou cenário de disputa judicial entre duas emissoras de televisão: SBT e Rede Globo. Saindo vitoriosa, a emissora das organizações Roberto Marinho, passou a produzir o evento que se encaminha para a quinta edição. Em pouco tempo, o mercado consumidor respondeu positivamente ao chamado da Rede Globo. O projeto Big Brother Brasil (1, 2, 3 e 4) "agradou" ao público ansioso por belos corpos expostos aos olhos clínicos da "exigência nacional". Estava pronto o palco para as encenações de uma verdadeira "guerra psicológica" entre os participantes da grande irmandade, contando com a conivência de milhões de espiões da vida alheia.

"Psicose coletiva", sintomas da ideologia de massas, conseqüências da sociedade tecnológica, falta de uma leitura mais eficaz do mundo, e muitas outras categorias podem servir de explicações mais coerentes para o sucesso do "fenômeno" de audiência nacional. O reality show global é levado ao ar pela emissora, em espaços temporais, podendo atingir de 2(dois) a 3(três) meses de programação. Programas similares ao reality show global, também está presente em outras emissoras como o SBT e a Record e, como o Big Brother Brasil, também pertencem ao mesmo eixo de fantasias. Sendo assim, a análise do contexto ajuda-nos focalizar melhor as conseqüências deste fetiche televisivo.

Após o término da quarta edição, a odisséia desvairada da televisão brasileira, alcançou altíssimos índices de audiência. A permanência do programa

por semanas no ar, permite uma pseudo - participação interativa com os espectadores da telinha, chegando inclusive a desbancar até os ratos de auditório. A mesma ilusão, sentiu o telespectador global quando o programa "Você decide" era transmitido semanalmente pela mesma emissora. "No Você decide, a ilusão da participação é direta, é explícita, é intencional. As pessoas não se limitam, neste caso, a mudar o canal ou desligar o aparelho de TV quando não gostam de determinado enredo. Não. Elas tomam uma atitude positiva, elas se mobilizam com a intenção de influir, de definir as coisas de acordo com aquilo que lhes pareça mais adequado. (...) Em outros termos, o público comporta-se como presa fácil de um maniqueísmo que elimina sutilezas, nuances, possibilidades imprevistas." (ARBEX, 1995, p.31)

Imagens lançadas ao público cotidianamente chegam às casas dos telespectadores, "sem que nenhuma crítica" denuncie a fantasia programada pelo evento televisivo de massas. Sobre elas reflete o jornalista José Arbex: "Essa ordem absorvida pelo telespectador não passa, em geral, por nenhuma crítica. A televisão não é como um livro, ou sequer como um jornal impresso, cuja leitura podemos interromper, refazer, submeter a reflexões demoradas. A dinâmica da imagem solicita respostas imediatas de quem a ela está submetido. As reações são reflexas, rápidas. Esse mecanismo é muito eficaz quando se trata de manter oculta a estrutura do texto ou a concepção que está na base da disposição segundo a qual as imagens são apresentadas." (ARBEX, 1995, p.13)

Isolados em sua casa prodigiosa, os "big brodeanos" parecem ter suas vidas comandadas por milhões de brasileiros, cúmplices do nefasto e cômico cenário de erotismo reprimido da vida real. Banalizando os valores sociais, a fantasia enobrece a futilidade das imagens sobre qualquer experiência real vivida pelos telespectadores. É de conhecimento público, que "qualquer telenovela exibe em horário nobre cenas que nos anos 60 seriam consideradas formas extremadas e proibidas de pornografia. O sexo perdeu seu caráter enigmático,

denso. Foi reduzido a uma experiência corporal, um exercício de aeróbica (...). O que vale é o desempenho, a performance, o palco.” (ARBEX, 1996, p. 37)

O reality show da Rede Globo poderia muito bem ser chamado pela alcunha “jogo do faz de conta”, ou então do “mundo mágico da ilusão”, tamanha vulgaridade dos acontecimentos da casa. A casa dos sonhos, da fantasia e do consumo, parece estar hipnotizando os integrantes do reality show, e vem travando desde o início uma “disputa” acirrada entre dois grupos que a Globo faz questão de elucidar, optando por passar as cenas gravadas, contendo verdadeiras pérolas da comunicação entre os participantes. Algumas destas, o apresentador Pedro Bial, encarregava-se de levar ao público quando a emissora estava ao vivo em canal aberto, exaltando as sutilezas de nossa língua portuguesa às avessas, ou então a última fofoca acoçada de pimenta malagueta. O que dizer do lutador Zulu (participante da 4ª edição) que levou a alcunha de “metralha”, segundo os próprios habitantes da casa prodigiosa, quando proferiu sua análise superficial e insípida sobre as idéias filosóficas dos gregos Sócrates, Platão e Aristóteles. Como ignorar do ponto de vista sensacionalista e sádico, as trapalhadas da big brodeana Solange (companheira de Zulu na casa) que chegou a proferir uma, entre outras frases, que quando uma pessoa sentia azia ao saborear uma barra de chocolate, esta pessoa ficava asiática. Realmente esta façanha, pode ser motivo de risos da comédia popular, mas nem por isso pode ser facultado a ela, o fato de ser pobre e ignorante. Trapalhadas como esta é possível observar em inúmeros (as) apresentadores (as) de televisão, “preparados” para o dom da comunicação. O que está em jogo aqui, não são as trapalhadas de Solange, ou as facultades filosóficas de Zulu, a atmosfera tecnológica busca captar a: “... energia colocada em movimento pelo indivíduo para sustentar sua fantasia (...). A mobilização dessa energia é condição essencial para que a ficção transmitida adquira força de realidade. É mais ou menos como na lenda do vampiro: ele só pode entrar em alguma casa com o consentimento de seus moradores, mas, uma

vez consumado o ato, é muito difícil – quase impossível – libertar-se de sua força hipnótica, de sua fome voraz e dos fluidos vitais de suas vítimas.” (ARBEX, 1995, p.31)

Desta maneira, hipnotizados pelo enredo desfigurado do programa, os telespectadores se vêem prisioneiros da grande saga megalomaniaca big brother tupiniquim. Ocupando-se dos problemas dos personagens da tela, “escolhendo” este ou aquele como mister ou mis simpatia, o público – em sua grande maioria – enquadra-se na competição e no jogo indiscriminado da vitória a qualquer custo. Procurando atrair investimentos, as emissoras transformaram suas programações em verdadeiros cenários de competição, dando ênfase a participação opinativa ilusória, ao caráter consumista individual, e apostando nas realidades fictícias de seus pupilos amadores ou profissionais capazes de demonstrar seus problemas pessoais, suas angústias, seus medos, não se importando com a banalização e expiação nacional. A Rede Globo de televisão apostou no reality show, em sua fascinação, e está colhendo os frutos deste investimento.

Organizado para fornecer ao telespectador a conexão “direta” com seu personagem predileto através das imagens e ou do som via celular, a programação prioriza as mais íntimas imagens provindas dos banhos coletivos de homens e mulheres, muitas vezes na “sua nudez”, simulando coitos ardentes e desprovidos de qualquer pudor. Os olhos clínicos das inúmeras câmaras distribuídas por todos os cantos da casa cinematográfica não perdem um único gesto comportamental de homens e mulheres, em suas individualidades, inclusive induzindo à nudez, à união de casais eventuais, ao namoro fútil e às novas aventuras passageiras do ficar - expressão habitual entre a juventude da pós-modernidade. Tais categorias enobrecem a banalização, a superficialidade narcisista, a utilizando dos corpos de homens e mulheres como veículo de competição: “(...) basta prestar atenção nos meios de comunicação para verificar certas aberrações que

são feitas contra o corpo: filmes, fotos, novelas, documentários, propagandas e outras influências que colocam o corpo como um objeto de uso, um utensílio, uma ferramenta a ser usada conforme os interesses econômicos, políticos e ideológicos de grupos que manipulam o poder na busca de sua satisfação mercadológica”. (GALLO, 1999, p.66)

O apresentador do programa Pedro Bial, cotidianamente utilizava-se da seguinte frase: “(...) vamos dar uma espiadinha...”. ela permite analisar uma das razões do grande êxito do espetáculo Big Brother Brasil. Induzindo o telespectador espiar as volúpias mais reprimidas em seu dia-a-dia, a emissora garante ao “sedento” público, a permissão de ter na imagem, o gozo profano do prazer. A possibilidade do “prazer” obstinado das imagens, explica a razão da insatisfação de dezenas de milhares de voyeurs, com o dissabor da eliminação de Antonella – uma das personagens do show em sua quarta edição – na terça – feira dia 10 de fevereiro. Esta big brodeana manifestou os desejos mais íntimos e erotizados na imaginação de cada voyeur anestesiado pela beleza da moça. Sua eliminação pode parecer certa contradição pelo que foi dito até aqui, afinal, os dotes femininos da moça atraía uma enorme audiência. A existência de regras pré – fixadas impõe certos limites ao jogo, não significando que elas permaneçam intocáveis, acontece que a saída de Antonella da casa, permitiu a exploração de sua imagem – COM OU SEM A PERMISSÃO DA MESMA - em outros programas da emissora, ou fora dela, além é claro, das revistas masculinas, sites na Internet etc. Na mesma semana da eliminação, os concorrentes participavam do Mega Show dominical “Domingão do Faustão”, encerrando sua participação neste evento. Portanto, o programa apresentado por Fausto Silva – o Faustão – servia como um trampolim, o candidato iniciava sua apresentação no corredor da fama – corredor que levava os candidatos à casa encantada -, e encerrava sua participação no programa que é sucesso de audiência em todo o Brasil.

Procurando seguir a cartilha de bons moços (as), os integrantes da

casa vigiada vinte e quatro horas por câmeras de vídeo, registrando “tudo” o que ocorre, fazem o possível e até o impossível para transmitir, conforme o contexto do jogo, atitudes e feições compatíveis com a situação. Arriscando poucas vezes demonstrar seu verdadeiro “eu” – sua personalidade -, os atores e atrizes da vida privada são forçados a encenar melodramas compatíveis com a convivência dos telespectadores. A cumplicidade com a vida cotidiana sustenta a luta pelo íbope, fabricando fantasias. Desta maneira “... reproduz-se através da TV uma certa estruturação de mundo que não é “natural”, mas fabricada segundo a ótica de quem controla os meios e a tecnologia para essa fabricação. Só que essa é uma lógica oculta, apresentada sob o signo de uma “verdade” que a identificação visual eleva à categoria indestrutível de “realidade”.” (ARBEX, 1995, p.14)

Transcrito em um cenário de guerra, a exploração barata das emoções das pessoas, encontra tranquilidade em transladar barreiras físicas, atingindo a alma privativa dos espectadores. Não importam neste caso, os objetivos pessoais de cada integrante. Estando ali, apenas como trampolim para a fama – mesmo que momentânea - ou pela “grana” envolvida, o personagem enquadra-se no drama maquiavélico pelo poder – tornar-se imune a desclassificação, sendo o líder da semana ou o anjo - sem com isso, procurar desgostar seus súditos telespectadores.

A mega epopéia sensacionalista, fabricada a partir da espoliação da vida alheia, garante ao telespectador a sensação “prazerosa” de estar vivendo as mesmas emoções das celebridades globais, vendo-se no lugar dos personagens do show. A realidade e a fantasia misturam-se durante os episódios, um jogo de faz de conta que se insere no “... desejo de estar - lá o que se coloca em operação é uma fantasia estimulada pela imagem.” (ARBEX, 1995, p.14)

Este jogo envolvendo fantasia e realidade tem um forte motivador psicológico e também econômico. Está em disputa a pequena fortuna de meio



milhão de reais, uma soma impossível de ser poupada por milhões e milhões de brasileiros. É certo que ela representa uma bagatela comparada à exploração das chagas individuais expostas à bisbilhotagem nacional, durante os três ou quatro meses de apresentação do Big Brother show. “Brincando” de espiar a vida alheia, o telespectador assíduo, transfere para a sua, toda sorte de estar “lutando” pela posse de 500 mil reais, ou o dobro em futuros episódios. Muito longe da ingenuidade muitas vezes transmitida, homens e mulheres da casa da “fama” procuram obter o primeiro lugar no Panteão da popularidade de milhões de telespectadores ávidos à dor alheia. Neste ambiente a banalização dos valores encontra terreno fértil e frutífero.

Logo no início da programação do evento “Serial Kit” os big brodeanos encaram uma série de provas estabelecidas pela produção. Sempre em regime fechado, os competidores vêem os ânimos se exaltarem na medida em que o jogo seriado fica favorável ao rival mais competitivo, ou a um grupo de rivais momentaneamente unidos. As diferenças culturais e classistas entre os jogadores facilitam a atmosfera de intrigas, cuidadosamente articulada pelos produtores do seriado. Mesquinhas, falso moralismo, menosprezo, traições e alianças casuais, convivem oportunamente entre os participantes. O “Serial Kit” da Baderna nacional – como diria José Simão, colunista da Folha de São Paulo -, apresenta-se coerente com o drama irreal apresentado nos programas “Serial Killer” norte-americano. A sobrevivência, portanto, depende da imagem produzida pelos “atores” do enredo melancólico. Com o advento das infundáveis possibilidades da informática, aplicada às novas tecnologias das emissoras, principalmente a Rede Globo, a comunicação entra na era cibernética, e com isso, no “(...) campo das comunicações, a realidade se transformou em simulacro, ou seja, cada vez mais os meios tecnológicos de comunicação simulam a realidade. O mundo tornado “espetáculo” se manifesta na reconstituição de um rosto segundo as informações obtidas a partir de um crânio, na “construção”

antecipada de um novo modelo de carro ou ainda na onipresença da TV nos lares, permitindo assistir à Guerra do Golfo sem sair da poltrona. O simulacro intensifica e embeleza o real, que se torna “hiper-real” e, portanto, mais atraente. Basta ver como nas propagandas a cerveja ou o hambúrguer parecem mais saborosos ainda. Ou como os scuds norte-americanos caindo em Bagdá mais parecem inofensivos clarões iluminando a noite.” (ARANHA, 1996, P.25)

Transpassada do irreal para o real, a fantasia alcança os lares de milhões e milhões de pessoas que acreditam que podem mudar os rumos da história dos “atores” do reality show. As mensagens recebidas criam um cenário de opulência e fantasia a realidade. O individualismo encarrega-se do culto narcisista e hedonista, e desta maneira cria-se uma atração “(...) por esse mundo em que o olho eletrônico transforma o planeta num grande palco, nós nos tornamos prisioneiros de sua malha através do apelo ao narcisismo. Também a nossa vida acaba virando um jogo de papéis e imagens em que nos projetamos para os outros. Num certo sentido, acabamos enxergando nossa vida como se ela fosse uma telenovela. Quando nos esforçamos para atingir alguns objetivos, quando agimos de determinada forma, quando defendemos certos pontos de vista, muitas vezes já não nos indagamos por que, de fato, estamos fazendo aquilo.” (ARBEX & TOGNOLI, 1996, P.15)

As regras pré-estabelecidas determinam que semanalmente a “morte” deve levar para o juízo final – o paredão – dois dos participantes da casa. Um destes é desclassificado do jogo, devendo retirar-se da competição. Manter-se por mais tempo na casa, significa ter sua imagem por mais tempo em exibição e, portanto, em evidência. Retirar-se da casa é ter a imagem pessoal fora de foco. A construção da imagem e sua permanência por um tempo maior no programa, podem significar futuramente novos contratos para a utilização desta mesma imagem. Qualquer personalidade big brother pode conhecer o caminho que pode levar da lama para a fama, e da mesma forma, pode pular da

fama para a lama. Este processo é muito rápido e traiçoeiro, basta um pequeno desgaste na imagem e pronto, de volta à "lama social". O leito da morte conhecida como paredão, impõe a dois isolados moribundos, uma única chance de permanecer vivo na disputa. Apenas um consegue misericórdia popular. Mais uma vez, vale a imagem, a fantasia shekespereana obcecada de telespectadores comprometidos com o enredo dramático de suas próprias realidades.

A lama social está presente no sarcástico palco das estrelas enjauladas. A psicose mental transborda no oceano da luxúria degradante e doentia, acompanhada por milhões de cúmplices ardorosos.

Explorando esta máxima mercadológica, carro chefe do Ibope nacional, a emissora tira proveito incondicional da imagem dos moços (as) afortunadamente cegos pela vitória individual. Em nome da cifra -500.000 mil reais-, ou simplesmente da promoção social, os habitantes da casa usam de todas as "armas" possíveis, inclusive a artimanha de fantasiar no imaginário coletivo, a criação de futuros projetos de ajuda social. Considerando a veracidade dos fatos e a possibilidade de alguns competidores realmente realizarem projetos sociais fundamentais a coletividade excluída da nação, fica nas entrelinhas a utilização de tamanho vulto como mecanismo de pressão comunicativa, que mais parece véspera de eleição para cargos executivos.

No que tange à educação, esta corrente vem ordenando às faculdades ilusórias do público, obstruído da oportunidade de optar por programações culturais satisfatórias ao seu deslumbramento cognitivo. A mesmice melancólica televisiva, com raras exceções, vem impondo fantasias individualista e consumista, destruindo a coletividade, exigindo a competitividade. Nesta atmosfera, é saliente vislumbrar, que mesmo a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, vem realizando uma série de competições internas em sua rede pública, promovendo concursos, festivais e outros eventos "educativos" inclusive manifestado no programa televisivo do secretário Gabriel Challita, na emissora

Canção Nova. No decorrer do ano letivo, as programações anuais das instituições escolares, vem sendo afetada, devido à inclusão de diversas competições promovidas pela Secretaria da Educação, como as categorias melhor receita de bolo, doces, sucos, arte plástica, música, poesia, e outros tantos. A lista narrada pelos coordenadores durante as reuniões de professores (http) é tão exaustiva, que merece ser profundamente analisada e debatida, por todos os profissionais da educação. No tocante a estes eventos “culturais”, fica gravado na memória coletiva de professores e alunos, não o trabalho pedagógico pensado e estruturado durante o decorrer dos trabalhos, mas sim as peripécias competitivas, que faz docentes e discentes, educandos e comunidades, disputarem ardentemente as medalhas e troféus oferecidos aos vencedores.

O sucesso da programação inspirada no reality show norte-americano, apossou-se definitivamente do mercado ilusório nacional, manifestado em várias emissoras que expõem as chagas, a volúpia, a insensatez, o medo, a insegurança, os dramas sexuais de pessoas que permitem ter suas vidas expostas e difamadas pelo público televisivo. A proporção significativa do Ibope inflama a continuidade destes programas e permite “presentear” seus participantes, com altíssimas somas em dinheiro, podendo chegar a considerável quantia de 1 (um) milhão de reais ao vencedor do jogo. Neste jogo do vale tudo, não existe espaço para valores tradicionalmente construídos como a honestidade, a coletividade, o coleguismo, a ética, enfim, princípios que norteavam os caminhos sociais dos seres humanos. Se estes acabam sendo lançados ao público, não refletem o contexto explicitado, acabam sendo absorvidos pela trama megalomaniaca.

DA SILVA, Wagner Luiz. The Big Brother Brazil fantasy. **Avesso do Avesso**. Araçatuba, v. 3, n. 3, p. 112 - 124, jun. 2005.

**Abstract:** Critically analyze the socioeducational consequences of the present manifestations in the national television media of the Reality Shows, framed in the schedule of various television networks

**Key words:** individualism; unrestrained competition; consumism; cultural colonialism; television fetish; maniqueism; interaction pseudo participation; image as a principle.

### **Referências Bibliográficas**

ARANHA, Maria Lúcia de Arruda; **Filosofia da Educação**. São Paulo: Moderna, 1996.

ARBEX JÚNIOR, José; **O poder da TV**. São Paulo: Scipione, 1995.

ARBEX JÚNIOR, José; TOGNOLI, Cláudio Júlio. **Mundo pós-moderno**. São Paulo: Scipione, 1996.

GALLO, Sílvio (coordenador); **Ética e cidadania: Caminhos da filosofia: elementos para o ensino de filosofia**. Campinas, SP: Papyrus, 1997.

IANNI, Octávio; **A era do globalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

LIBANIO, João Batista; **Ideologia e cidadania**. São Paulo: Moderna, 1995. (coleção polêmica).

SOUZA, Jésus Barbosa de; **Meios de comunicação de massa – jornal, televisão, rádio**. São Paulo: Scipione, 1996 (ponto de apoio).

FILHO, Ciro Marcondes; **Sociedade tecnológica**. São Paulo: Scipione, 1994 (ponto de apoio).

ALVES, Júlia Falivene; **A invasão cultural norte-americana**. São Paulo: Moderna, 1988 (polêmica).