



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGC
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS

CAROLINA PESSOA WANDERLEY

Reality Show e Teledramaturgia: o Drama da Vida no Big Brother Brasil 15

João Pessoa – PB
2016

CAROLINA PESSOA WANDERLEY

Reality Show e Teledramaturgia: o Drama da Vida no *Big Brother Brasil 15*

Dissertação apresentada ao
Programa de Pós Graduação em
Comunicação e
Culturas Midiáticas – PPGC da
Universidade Federal da Paraíba
comorequisito parcial para
obtenção do grau de Mestre em
Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Marcel
Vicira Barreto da Silva

João Pessoa 2016

W245r Wanderley, Carolina Pessoa.
Reality Show e teledramaturgia: o drama da vida no Big Brother Brasil 15 / Carolina Pessoa Wanderley.- João Pessoa, 2016.
124f. : il.
Orientador: Marcel Vieira Barreto da Silva
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA
1. Comunicação. 2. Comunicação e culturas midiáticas.
3. Televisão. 4. Reality show. 5. Teledramaturgia.

UFPB/BC

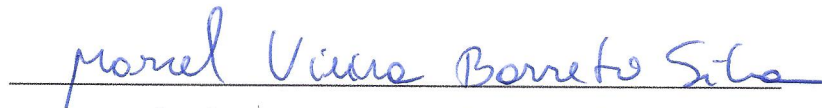
CDU: 007(043)

CAROLINA PESSOA WANDERLEY

Reality Show e Teledramaturgia: o Drama da Vida no Big Brother Brasil 15

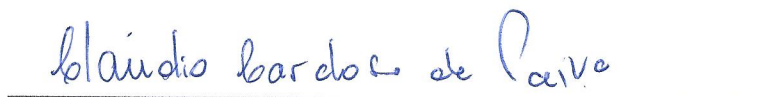
Aprovada pela Banca Examinadora em 15 de Agosto de 2016.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Marcel Vieira Barreto Silva

(Orientador)



Prof. Dr. Cláudio Cardoso de Paiva

(Examinador do PPGC/UFPB)



Prof.^a Dra. Gabriela Borges Martins Caravela

(examinador convidado do PPGC/UFJF)

À Otília Maria, Liana Pessoa e Nádia Moraes, razões do meu viver.

AGRADECIMENTOS

A Deus, que através da realização deste sonho me trouxe ensinamentos tanto acadêmicos quanto lições de vida

A minha família, Otília Maria, Lucemar Navarro (*in memoriam*), Liana Pessoa e Nádia Morais, que estiveram sempre ao meu lado nesta caminhada, e que ao me incentivarem e auxiliarem nos momentos mais difíceis, me deram forças para chegar até aqui.

A família Caldas, que agora faz parte da nossa família e sempre torceu por este projeto.

A Beto Pessoa, Lorena Barros, Kalyne Vieira e Kaylle Vieira, amigos que um seminário uniu e que a vida não há de separar. Vocês encheram meus dias de alegria e tornaram esta caminhada mais leve.

A Wellington Pereira, o primeiro incentivador deste projeto, aquele que pegou na minha mão e me ajudou percorrer os caminhos.

Ao meu orientador, exemplo de profissional e amigo, que enxugou minhas lágrimas nos momentos difíceis e me incentivou para que eu pudesse concretizar esse sonho. Serei sempre grata pela paciência, acompanhamento constante e grandes ensinamentos.

Ao CNPq, cujo financiamento tornou essa pesquisa possível.

*Não há nada mais enganoso, no entanto, do que o hábito,
já que o costume enfraquece o distanciamento crítico.*

Anna Maria Balogh

RESUMO

Alvo de críticas oriundas das mais variadas camadas da sociedade, o *Big Brother Brasil*, enquanto objeto de estudo, possibilita olhares das mais diversas vertentes acadêmicas a exemplo da Sociologia, da Antropologia e da Psicologia, e, na área da Comunicação, pode ser analisado a partir de um leque de possibilidades que tratam do tema a exemplo dos autores François Jost e Muniz Sodré. Dentre essas possibilidades, no presente trabalho, passou-se a estudar o *Big Brother Brasil* enquanto produto televisual e como arcabouço teórico e se considerou os elementos da teledramaturgia a fim de entender se é possível encontrar pontos de interseção entre essas duas narrativas. Para tanto, é importante considerar que é necessário sair do senso comum no qual os *realitys shows* são vazios e não agregam valor à sociedade. Como produtos midiáticos, tais atrações condensam aspectos que envolvem não apenas a cultura do povo brasileiro, considerando seus hábitos e comportamentos, mas, sobretudo, o que a mídia reconfigura em um novo gênero que dá origem a uma realidade inventada, sendo vendida como realidade apenas porque se utiliza de aspectos do real. Na análise do objeto deste estudo, trabalhou-se a construção dos personagens, observando-se as características físicas ou comportamentais dos participantes que eram transmitidas por parte da produção do programa. Ainda neste estudo, observou-se também que, tanto nas festas da casa, como nas provas do Líder e do Anjo, as produções realizadas pela direção do programa podem ser consideradas como estruturas cênicas a partir da compreensão de que tais espaços são ambientes preparados estrategicamente para gerar o “palco” dos acontecimentos. A terceira e mais relevante categoria de análise constituiu-se da construção de três fios narrativos principais na busca dos participantes em vencer o programa. O primeiro fio narrativo se refere ao relacionamento entre Amanda e Fernando, o segundo fio narrativo principal trata do envolvimento de Aline e Fernando, e o terceiro fio narrativo principal aborda a trajetória solitária de César, ganhador do prêmio em dinheiro. Compreende-se assim que a identificação precisa destas categorias na décima quinta edição do *reality* possibilita uma nova perspectiva a respeito do *Big Brother Brasil* enquanto produto audiovisual. Tal olhar não apenas desmitifica a ‘etiqueta’ de *reality show* apresentada pela emissora como possibilita a aceitação de elementos da teledramaturgia em programas deste gênero.

Palavras Chaves: televisão; reality show; teledramaturgia

ABSTRACT

Target of criticism from various sections of society, the *Big Brother Brazil* as object of study, allows looks from various academic aspects such as the Sociology, Anthropology and Psychology, and in the area of communication, can be analyzed from a range of possibilities to deal with the subject example the authors François Jost and Muniz Sodre. Among these possibilities, in this work, he started to study the *Big Brother Brazil* as televisual product and as a theoretical framework and is considered the television drama elements in order to understand if it is possible to find points of intersection between these two narratives. Therefore, it is important to consider that it is necessary to leave the common sense in which the shows realty are empty and do not add value to society. As media products such attractions condense aspects involving not only the Brazilian people culture, considering its habits and behavior, but above all, which reconfigures media in a new genre that gives rise to an invented reality, being sold as reality only because it uses real aspects. In this study object of analysis, the construction of the characters worked, observing the physical or behavioral characteristics of the participants that were transmitted by the program production. In the same study, it was also observed that, both in the house parties, as the evidence leader and Angel, the productions performed by the direction of the program can be considered as performing structures from the understanding that such spaces are strategically prepared environments to generate the "stage" of events. The third and most important category of analysis consisted of the construction of three major narrative threads in search of participants to win the program. The first narrative thread refers to the relationship between Amanda and Fernando, the second main narrative thread is the involvement of Aline and Fernando, and the third main narrative thread discusses the lonely path of César Award winner in cash. It is thus understandable that the precise identification of these categories in the fifteenth edition of the reality provides a new perspective on the *Big Brother Brazil* as audiovisual product. This look not only demystifies the 'label' reality show presented by broadcaster as possible acceptance of television drama elements in this genre programs.

Key-words: television; reality show; teledramaturgy

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	31
Figura 2	40
Figura 3	60
Figura 4	60
Figura 5	62
Figura 6	63
Figura 7	66
Figura 8	67
Figura 9	67
Figura 10	68
Figura 11	68
Figura 12	69
Figura 13	69
Figura 14	69
Figura 15	70
Figura 16	70
Figura 17	71
Figura 18	71
Figura 19	72
Figura 20	72
Figura 21	73
Figura 22	84
Figura 23	84
Figura 24	84
Figura 25	84
Figura 26	85
Figura 27	85
Figura 28	85
Figura 29	85
Figura 30	85
Figura 31	85
Figura 32	86

Figura 33	86
Figura 34	86
Figura 35	86
Figura 36	86
Figura 37	86
Figura 38	87
Figura 39	87
Figura 40	87
Figura 41	87
Figura 42	87
Figura 43	87
Figura 44	88
Figura 45	88
Figura 46	88
Figura 47	88
Figura 48	88
Figura 49	88
Figura 50	89
Figura 51	89
Figura 52	89
Figura 53	89
Figura 54	89
Figura 55	89
Figura 56	90
Figura 57	90
Figura 58	90
Figura 59	90
Figura 60	90
Figura 61	90
Figura 62	91
Figura 63	91
Figura 64	91
Figura 65	91
Figura 66	94

Figura 67	94
Figura 68	94
Figura 69	94
Figura 70	94
Figura 71	94
Figura 72	95
Figura 73	95
Figura 74	95
Figura 75	95
Figura 76	98
Figura 77	98
Figura 78	99
Figura 79	99
Figura 80	99
Figura 81	99
Figura 82	99
Figura 83	99
Figura 84	100
Figura 85	100
Figura 86	100
Figura 87	100
Figura 88	100
Figura 89	100
Figura 90	104
Figura 91	104
Figura 92	105
Figura 93	105
Figura 94	105
Figura 95	105
Figura 96	105
Figura 97	105
Figura 98	106
Figura 99	106
Figura 100	107

Figura 101	107
Figura 102	108
Figura 103	108
Figura 104	108
Figura 105	108
Figura 106	112
Figura 107	112
Figura 108	112
Figura 109	112
Figura 110	112
Figura 111	112
Figura 112	113
Figura 113	113
Figura 114	113
Figura 115	113
Figura 116	113
Figura 117	113
Figura 118	114
Figura 119	114
Figura 120	114
Figura 121	114
Figura 122	114
Figura 123	114
Figura 124	115
Figura 125	115
Figura 126	115
Figura 127	115

LISTA DE TABELAS

Tabela I	77
Tabela II	91
Tabela III	95
Tabela VI	101
Tabela V	106
Tabela VI	107
Tabela VII	108

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
1. REALITY SHOW: UMA PERSPECTIVA CULTURALISTA	20
1.1 A UNIVERSALIDADE COMO ELEMENTO GERADOR DE IDENTIFICAÇÃO	25
1.2 O GÊNERO E SEUS “MUNDOS”. TELERREALIDADE?	28
1.3 NOVO GÊNERO, VELHAS FÓRMULAS	32
1.4 A TRANSMIDIATIZAÇÃO DO BBB	34
2. TELEDRAMATURGIA: DOS FORMATOS FICCIONAIS AO ESPETÁCULO DA REALIDADE	38
2.1 FORMATOS FICCIONAIS TRADICIONAIS.....	43
2.2 TELEDRAMATURGIA E <i>REALITY SHOW</i>	49
3. <i>BIG BROTHER BRASIL</i> 2015 E A TELEDRAMATURGIA	59
3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E CATEGORIAS DE ANÁLISE.....	64
3.1.1 <i>Construção dos Personagens</i>	64
3.1.2 <i>Estruturas Cênicas</i>	75
3.1.3 <i>Fios Narrativos</i>	77
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	117
5. REFERÊNCIAS	122

INTRODUÇÃO

Alvo de críticas oriundas das mais variadas camadas da sociedade, o *Big Brother Brasil*, enquanto objeto de estudo, possibilita olhares das mais diversas vertentes acadêmicas a exemplo da Sociologia, da Antropologia e da Psicologia, e, na área da Comunicação, pode ser analisado a partir de um leque de possibilidades que tratam do tema a exemplo dos autores Jost e Sodré.

Dentre essas possibilidades, no presente trabalho, passou-se a estudar o *Big Brother Brasil* enquanto produto televisual e como arcabouço teórico se considerou os elementos da teledramaturgia a fim de entender se é possível encontrar pontos de interseção entre essas duas narrativas. Para tanto, é importante considerar que é necessário sair do senso comum no qual os *realitys shows* são vazios e não agregam valor à sociedade. Como produtos midiáticos, tais atrações condensam aspectos que envolvem não apenas a cultura do povo brasileiro, considerando seus hábitos e comportamentos, mas, sobretudo, o que a mídia reconfigura em um novo gênero que dá origem a uma realidade inventada, sendo vendida como realidade por se utilizar de aspectos do real. Este novo gênero, híbrido, se utiliza ainda de formatos já consagrados da tevê mundial.

O gênero *reality show* cresceu muito nos últimos anos e aborda uma grande variedade de temas que vão desde a convivência entre pessoas, como é o caso do *Big Brother Brasil*, a competições culinárias, programas de relacionamento e competições sobre mercado de negócios. A estruturação do *reality show*, independente do tema abordado pela atração, perpassa pelo que Jost (2007, p.65) classifica como “Mundo Lúdico” que tem como base o mundo real e o ficcional. O entrelaçamento destes três elementos constitui o arcabouço dos *realitys shows*, tendo o lúdico como a ordem do jogo, o real relacionado aos aspectos de realidade e o ficcional ao enredo que é construído ao longo do programa. É válido pontuar ainda que, este estudo, compreende o gênero como uma categoria cultural que recebe influência da sociedade e fornece elementos que a influenciam.

A partir da classificação de “Mundo Lúdico”, proposto por Jost, é possível avaliar o *Big Brother Brasil* como uma atração que se propõe dentro de um novo gênero chamado de *reality show*, mas que se utiliza de velhos modelos de estrutura de programas da televisão. A título de exemplo, pode-se observar as telenovelas, por meio das quais conta-se o enredo, os *talk shows* e programas de auditório que têm a participação do público na votação de quem deve permanecer ou sair deles, os programas de concurso em que se escolhe um ganhador, e o jornalismo que apresenta matérias sobre os participantes. Assim, a junção de diversos

elementos já aceitos e incorporados pela sociedade permite que o gênero *reality show* possa interessar a um número maior de telespectadores.

No Brasil, a teledramaturgia é um gênero com grande penetração em várias classes sociais e possui a sua maior representação nas telenovelas. Dentre as telenovelas com enredos mais complexos estão classificadas aquelas que são transmitidas na faixa de horário acima das 20h e cujos temas são corrupção, adultério, homossexualismo, ou seja, temas que causam forte impacto ao público. O drama, caracterizado, a partir de Aristóteles, pela geração de conflitos internos aparece no *Big Brother Brasil*, apesar de, em um primeiro olhar, este programa possa parecer sempre uma ‘festa’. O enredo que envolve a atração é marcado, assim como nas telenovelas, por uma gama de situações de conflitos internos, além dos externos. Os participantes passam por situações criadas pela produção que geram desgaste e sofrimento como, por exemplo, a execução de provas (prova do Líder ou do Anjo), de dietas com rigorosa restrição alimentar, de situações de embate entre colegas de confinamento, seja após uma votação ou por indicação de outro participante.

A evolução da Teoria Dramática com a *Dramaturgia hamburguesa* no Século XVIII, que teve como base a Poética de Aristóteles, forneceu para Hegel, no Século XIX, a estrutura do conflito, na qual o teórico aplica o seu método dialético como força que move a ação dramática. Desse modo, o objeto deste estudo foi analisado a partir dessa dialética que envolve os conflitos existentes.

Esta dissertação tem como objetivo analisar os elementos da teledramaturgia no produto audiovisual *Big Brother Brasil* em sua décima quinta edição. Este programa foi transmitido pela primeira vez em janeiro de 2002, sendo veiculada a sua segunda edição naquele mesmo ano, quando passou a ser uma atração anual da Rede Globo de Televisão. Tradicionalmente a Rede Globo o transmite em janeiro, com a duração de três meses, fazendo parte integrante da grade de programação da emissora. O *Big Brother Brasil* continua a se constituir no confinamento de participantes em uma casa e o participante-vencedor escolhido pelo público ganha uma premiação em dinheiro ao final do programa. Vale ressaltar que, embora a sua macroestrutura não sofra grandes alterações, a cada ano, novos elementos geradores de tensão são inseridos.

A Rede Globo de Televisão anuncia o *Big Brother Brasil* como um *reality show* o qual representa um programa cuja atração é constituída por pessoas comuns, ou seja, que não são artistas. A promessa ao espectador, embutida neste gênero, é de que os fatos transmitidos serão fruto de situações reais vivenciadas pelos seus participantes. Embora estas situações vivenciadas sejam reais, considera-se, neste estudo, que o termo *reality show* não é

exatamente adequado a estes programas. Conforme já abordado acima, tal gênero incorpora recursos pertencentes a outros gêneros como a ficção, que se apresenta por meio da edição de imagens e possibilita a construção do enredo, e a teledramaturgia que se dá por meio da inserção de elementos de tensão e geradores de conflito.

Dessa forma, não é possível se pensar os *realities shows* como gêneros ‘puros’ que entreguem ao consumidor aquilo que as emissoras utilizam como discurso. É necessário se pensar nestes programas a partir de uma visão mais culturalista, tendo como base a gama de formatos que eles representam. É adequado, inclusive, um novo conceito que os defina, já que Jost (2007, p. 61) o classifica como “a mídia à própria realidade, apagando simultaneamente a ideia de mediação”.

Embora a princípio o *Big Brother Brasil* não apresente claramente traços da dramaturgia, em uma análise mais detalhada é possível encontrar elementos deste gênero no programa. De acordo com Rosenfeld (2011, p.17), “Pertencerá à Dramática toda obra dialogada em que atuem os próprios personagens sem serem, em geral, apresentados por um narrador”. No entanto, apenas a presença do diálogo, sem a apresentação de um narrador, não são elementos suficientes para que a ação dramática possa existir. Esta pressupõe a necessidade de expressar um conflito, complementada pelo ato da ação. Portanto, a dramaturgia possui sua materialidade na dialética, através da geração de conflitos que sofrem enfrentamento.

Ao se pensar o *Big Brother Brasil* como uma teledramaturgia, é possível identificar o enredo como a principal categoria de análise, uma vez que é nesse espaço que os conflitos ocorrem. O enredo é constituído por um arco central que compõe a história e por subnarrativas que dão sustentação a este arco central. É possível pensar que a cada edição do *Big Brother Brasil* a constituição do enredo é a mesma, já que o objetivo principal de todas as edições é a conquista do prêmio em dinheiro. No entanto, cada programa encontra, a partir dos conflitos (internos ou externos) vivenciados por seus participantes, uma dinâmica própria que constrói um enredo único. Em edições anteriores do programa, é possível identificar enredos relacionados à luta do menos favorecido como foi o caso da babá Cida, vencedora da quarta edição, e o combate à discriminação homossexual, a exemplo de Jean Wyllys vencedor da quinta edição. Na décima quinta edição do programa, objeto deste estudo, a existência de um drama, vivenciado por um “triângulo” amoroso, impactou não apenas os envolvidos, mas comprometeu o clima da casa, o que acabou por gerar intrigas e desdobramentos para os demais participantes.

Na análise do objeto deste estudo, trabalhou-se a construção dos personagens, observando-se as características físicas ou comportamentais dos participantes que eram transmitidas por parte da produção do programa. A caracterização dos personagens era reforçada semanalmente por meio da edição de imagens e vídeos animados produzidos pela direção. Desta forma, encontra-se, no *reality show* citado, o participante Luan, intitulado pela emissora como “Luan Sacana”, em referência às atitudes politicamente incorretas que o participante teve na casa. A participante Talita foi apresentada como “Talinguaruda” por não deixar de falar o que pensava e entrar em atrito com alguns participantes. O personagem Adrilles era chamado de “Zacarilles”, pois, além de ter uma vaga semelhança com o ex-integrante dos trapalhões, também era atrapalhado. A produção utilizava, em sua edição de imagens, situações engraçadas entre Adrilles e Mariza, sua participante mais próxima, como recurso de alívio cômico.

Ainda neste estudo, observou-se também que, tanto nas festas da casa, como nas provas do Líder e do Anjo, as produções realizadas pela direção do programa podem ser consideradas como estruturas cênicas a partir da compreensão de que tais espaços são ambientes preparados estrategicamente para gerar o “palco” dos acontecimentos. Observou-se ainda que o excesso de bebida fornecido nas festas e a falta de êxito nas provas causavam, ocasionalmente e em maior ou menor grau, a frustração de alguns participantes ou em grupos de participantes.

A terceira e mais relevante categoria de análise constituiu-se da construção de três fios narrativos principais na busca dos participantes em vencer o programa. O primeiro fio narrativo se refere ao relacionamento entre Amanda e Fernando, o segundo fio narrativo principal trata do envolvimento de Aline e Fernando, e o terceiro fio narrativo principal aborda a trajetória solitária de César, ganhador do prêmio em dinheiro. Além dos fios narrativos principais, classificamos quatro fios narrativos secundários que envolveram situações conflituosas na casa a exemplo de Talita, Mariza e Tamires que em determinado momento quiseram deixar o programa. Dentre os maiores conflitos secundários, estão o de Tamires, que pediu a produção para sair e a discussão entre Amanda e Luan que acabou por envolver Adrilles.

Compreende-se assim que a identificação precisa destas categorias na décima quinta edição do *reality* possibilita uma nova perspectiva a respeito do *Big Brother Brasil* enquanto produto audiovisual. Tal olhar não apenas desmitifica a ‘etiqueta’ de *reality show* apresentada pela emissora como possibilita a aceitação de elementos da teledramaturgia em programas deste gênero.

1. *REALITY SHOW*: UMA PERSPECTIVA CULTURALISTA

Nos fim do século XX e primeiros anos do século XXI, a mídia televisiva vivenciou uma explosão de programas denominados de *reality show* os quais se utilizam de situações em que o cidadão comum é colocado como foco principal da atração, sendo criados a partir de um formato até então considerado como novo. O termo *reality show* é uma denominação americana que “remete à realidade, mas sob o aspecto distanciado do *show*, como a maior parte dos nomes dos gêneros americanos” (JOST, 2007, p.61). A França importou o termo dos anos 90, mas a partir de 2001 passou a utilizar a nomenclatura *telerrealidade* que “remete não mais a um tipo de documento, mas identifica a mídia à própria realidade, apagando simultaneamente a ideia de mediação” (op. cit.).

Ainda no que se refere à nomenclatura que define esse novo gênero, a pesquisadora brasileira Elizabeth Duarte (2008, p. 182) utiliza o termo *para-realidade* para classificar “um novo tipo de realidade veiculada pela televisão – que não tem como referência o mundo exterior, mas um mundo paralelo cujos acontecimentos são artificialmente construídos no interior do próprio meio”. Segundo a autora, a televisão propõe um real artificial por meio de um jogo com regras próprias, atores sociais e telespectadores que giram em torno desse real artificial.

Compreende-se aqui que os conceitos de *reality show* e *telerrealidade* guardam uma discreta diferença, mas são usualmente empregados como sinônimos, pois ambos se classificam como formatos voltados para “a realidade como fim”. No entanto, o termo *para-realidade* se constitui em uma análise mais completa, já que se referencia a um real ‘fabricado’, embora se utilize de aspectos de realidade e atores sociais. Mesmo que entendamos o termo *para-realidade*¹ como mais adequado para designar esse novo gênero, ao longo deste estudo utilizaremos o termo *reality show*, por ser usualmente mais praticado tanto pelo meio acadêmico, quanto pelo mercado.

Encontrados tanto em quadros de programas jornalísticos ou de auditório, como em programas totalmente votados para a realidade como show, o gênero *reality show*, obteve

¹ A autora estabelece os conceitos de Meta-realidade e Supra-realidade: “A meta-realidade [...] referência direta o mundo exterior e natural [...] telejornais, documentários, reportagens, entrevistas, etc. [...] Seu propósito seria, em princípio, o de apresentação desse mundo exterior. Nesse tipo de realidade discursiva, a televisão fica comprometida com a verificação – com a verdade e fidedignidade aos acontecimentos noticiados [...]” (DUARTE, 2008, pág. 181)

“A supra-realidade [...] produtos ficcionais – subgêneros novela, minissérie, seriado, telefilme – que têm por base a verossimilhança, pautando-se por suas próprias leis, convenções e regras. Propõe uma suspensão do regime de crença, isto é, das exigências de confronto com o mundo exterior. [...]”. (op.cit.)

maior destaque nos últimos quinze anos. No entanto, de acordo com Castro (2006, p.50), o primeiro programa que usava pessoas reais para criar seu enredo foi realizado nos EUA no final de 1940. Na Europa, tais atrações surgiram por meio das televisões públicas no final dos anos 1960 a 1970, sendo transmitidos na Itália, Alemanha e Inglaterra.

Na América Latina, ainda segundo Castro (2006, p. 49), a *meta-realidade* chegou aos programas de auditório em que o público contava os seus dramas cotidianos. No Brasil, *O Povo na TV*, exibido entre 1981 e 1983 pela TVS (atual SBT), “trazia ao palco um leque desvairado de atrações – desde flagrantes policiais até dicas de culinária, passando por números musicais e desfiles de moda.” (FILHO; BORGES, 2011, p. 116). Sobre a relação entre os programas de auditório e de *meta-realidade*, Filho e Borges (2011, p. 118) pontuam:

Nossos *shows* “popularescos” de variedades e os atuais *reality shows* possuem, sem dúvida, importantes pontos de confluência, como o hibridismo genético e o intento de espetacularizar o cotidiano, as aspirações e os sentimentos de “pessoas comuns”. [...] Existem, todavia, diferenças consideráveis entre as bandeiras do antigo populismo televisivo e as diretrizes das novas modalidades de entretenimento factual.

Uma palavra ideal para resumir o formato dos *realities shows* seria hibridismo. A mistura dos bem sucedidos programas de auditório com a dinâmica do jogo, a participação popular e a ênfase maior no cidadão comum são apenas algumas das características deste novo gênero. De maneira mais detalhada, serão apresentados neste estudo, alguns formatos incorporados por estes programas, o que lhe confere um caráter mais culturalista.

No Brasil, o primeiro *reality show* foi *No Limite*, exibido pela TV Globo no período de julho a setembro de 2000 (FILHO; BORGES, 2011, p. 115). O programa consistia em uma gincana em que os participantes cumpriam provas que testavam seus limites físicos e emocionais. Em 2001, o SBT – Sistema Brasileiro de Televisão lançou a *Casa dos Artistas*, o primeiro *reality show* no Brasil em que os participantes ficavam confinados em uma casa, sendo submetidos a provas e julgamento do público. A cada semana um participante era eliminado, e, ao final, o vencedor era eleito por voto dos telespectadores. Além do formato inovador para a época, a *Casa dos Artistas* tinha como “moradores” um grupo de pessoas famosas. Tal fato aguçava a curiosidade da população pela intimidade destes moradores. Formado em sua maior parte por artistas em decadência, o programa não obteve o sucesso esperado e contou apenas com quatro edições, permanecendo no ar entre 2001 e 2004. Em 2002, a TV Globo exibe a primeira edição do *Big Brother Brasil*, um dos maiores expoentes do gênero *reality show* no país. Os direitos de transmissão foram comprados pela Rede Globo de Televisão à empresa Endemol que comercializou o mesmo formato para vários países em

todo o mundo. O holandês John De Mol, dono da empresa e idealizador do programa, disse em entrevista a revista *Época*, que o *Big Brother* havia sido pensado a partir de um projeto científico desenvolvido no Arizona (EUA) denominado *Biosfera 2*. “Nele, oito pesquisadores ficaram confinados por quase dois anos em uma esfera de cristal de 12 mil metros quadrados. A proposta era construir uma miniatura do planeta, mas o projeto fracassou, com os pesquisadores brigando entre si.” (CASTRO, 2006. p. 50).

Hoje o gênero se multiplica e diversifica a cada dia, se fazendo presente não só em *realities* de convivência como *Big Brother Brasil* (Globo) e *A Fazenda* (SBT), mas também em quadros de programas a exemplo do *Super Chef* no Programa *Mais Você* (Globo). Outro percurso que os *realities shows* estão trilhando é a especialização por tema, como é possível ver no programa de turismo de aventura *Nalú pelo Mundo* (Multishow), concurso de cantores *The Voice Brasil* (Globo), e *reality* de culinária *Master Chef Brasil* (Band).

O sucesso de programas de *realities shows* como o *Big Brother* fez com que eles fossem comercializados em diversos países, despertando um olhar mais detalhado acerca dos aspectos que envolvem esse gênero. Ao ter pessoas comuns como protagonistas, o foco principal passa a ser o comportamento e as ações do ser humano. No entanto, mais do que fechar a discussão na ótica do real e entender quais aspectos permeiam tanto interesse por tais programas, se faz necessário ainda avaliar de forma crítica o quanto a promessa ao telespectador é cumprida, ao ser classificada dentro do gênero *reality show*.

A televisão, como plataforma midiática utilizada pelos *realities shows*, desempenha um papel importante na sustentação desse gênero. A base audiovisual do veículo permite que a linguagem comunicacional se assemelhe à vida cotidiana das pessoas. A tevê transmite o áudio e o vídeo de forma similar à experiência que se vivencia na sociedade. Tal aspecto torna tanto mais fácil o entendimento da sua linguagem, quanto mais crível ou aceitável, alguns fatos por ela apresentados.

Lucien de Samosate (apud JOST, 2007, p. 41) conceitua a televisão como um “espelho mágico que esse operador que dá ao seu utilizador a faculdade da visão à distância”. A possibilidade de acompanhar à distância imagens em movimento, de ver o mundo representado na tela, acarreta uma mudança substancial na forma como a sociedade se comporta e na relação que ela passa a estabelecer com esta mídia. Poder gerar uma identificação no espectador com o que é construído através de uma produção simbólica de sentido passa a ser um dos pontos fortes deste veículo.

Ao estruturar seu conteúdo, a televisão busca no espectador um ‘espelho’ da sociedade, de forma que sua programação possa gerar identificação e despertar a curiosidade do público. Para Jost (2007 p. 49):

A teoria da televisão tem isso de particular: ela se ancora em uma reflexão sobre a atividade do telespectador. Se essa atividade tem incidências em termos de linguagem, ela provoca, sobretudo, consequências em termos de conteúdo de programas [...].

Identificação e representação são aspectos que não podem ser negligenciados ao se analisar o veículo. O público por meio de arquétipos seja físico ou psicológico encontra seu lugar social, político ou ideológico. A televisão cria um guia identitário e libera a produção da imaginação. De acordo com Roxo et. al. (2010, p. 23) a “televisão transforma suas imagens numa função da imaginação do público”. Neste contexto, o *Big Brother Brasil* encontra no veículo a possibilidade de expor uma grande vitrine com prateleiras cheias dos mais diferentes públicos. Ao mostrar participantes de idades, regiões, culturas, crenças e atitudes diferentes, o programa gera uma oportunidade de identificação muito grande por parte do telespectador e utiliza o que Sodré, (1984, p. 52) classifica como *eu ideal*, *ideal do eu* e *superego*:

[...] o lugar onde a identidade original do sujeito dá lugar à imagem, ao simulacro. Assim como o indivíduo identificasse com a sua imagem espetacular (mito de Narciso), é também susceptível de se identificar (horizontalmente) com o semelhante a si no “espelho” televisivo. Mais ainda: identifica-se (verticalmente) com ideias e modelos. Em termos psicanalíticos, trata-se das identificações com o *eu ideal* (heróis, personagens excepcionais ou prestigiosos) e com o *ideal do eu* (figuras parentais e autoridade, objetos de amor, ideais coletivos) ou ainda o *superego*, instância interdutora, que representa internamente tanto as proibições parentais como as tradições e os valores geracionais.

Outro aspecto a ser ponderado é que a materialidade do audiovisual possibilita ainda um estreitamento entre as diferenças socioculturais, no que se refere à recepção, permitindo que a mensagem seja recebida por pessoas das mais diversas esferas, independente do grau de escolaridade ou nível social. A possibilidade de transmissão em áudio e vídeo, a linguagem simples e de fácil acesso, a penetração em grande parte dos lares, são apenas alguns dos aspectos que favorecem o veículo. Além disso, a televisão estabelece o que Wolton (2004, p. 135) coloca como “laço social” por considerar esta mídia como a “única atividade compartilhada por todas as classes sociais e por todas as faixas etárias, estabelecendo, assim, um laço entre todos os meios”.

O “laço social” estabelecido pela televisão está relacionado à diminuição das distâncias sociais na esfera da comunicação pessoal, propiciada por essa mídia. O veículo permite que duas pessoas com contextos de vida totalmente distintos no que se refere à renda,

escolaridade e hábitos, possam estabelecer um diálogo com troca de conteúdo simbólico, bastando, para tanto, que tenham assistido à uma mesma programação. É inegável que o repertório cultural destas pessoas é distinto e que a estocagem de conhecimento terá relativas diferenças, mas ao terem acesso ao mesmo programa, essas distâncias se encurtam e uma conversa pode ser estabelecida por meio da expressão das opiniões e percepções.

O *Big Brother Brasil*, a exemplo de diversas atrações da televisão, se vale do importante efeito de “aproximação” causado pelo “laço social” para conquistar o público e se fazer presente no seu dia a dia. Ao comentarem fatos ocorridos no programa e darem suas opiniões sejam elas convergentes ou contrárias, a população se debruça sobre ações e fatos, eliminando, portanto, qualquer diferença social, filosófica ou política.

Entretanto, a televisão assim como os demais veículos não se compõe apenas de vantagens comunicacionais. Para alguns autores a televisão não desperta senso crítico e não exige do espectador nenhuma competência prévia para o seu consumo. Segundo Bourdieu (1997, p. 73), a tevê “pode suscitar um interesse de simples curiosidade”, “produzir vazio político” e “reduzir a vida do mundo à anedota e ao mexerico”.

Assim como a posição de Bourdieu se mostra extremamente crítica a televisão enquanto veículo de comunicação, há autores, a exemplo de Sodré, que entendem a sua importância e o seu papel social. Ao fugir dos polos contrários, existem ainda autores que entendem a televisão a partir da complexidade de suas produções, que ora são benéficas e podem despertar o senso crítico, ora são vazias e sem funcionalidade, assim como outros veículos de comunicação.

[...] Creio que já é tempo de pensar a televisão fora desse maniqueísmo do modelo ou da estrutura “boa” ou “má” em *si*. Quero dizer: é preciso (também) pensar a televisão como o conjunto dos trabalhos audiovisuais (variados, desiguais, contraditórios) que a constituem, assim como o cinema é o conjunto de todos os filmes produzidos e literatura o conjunto de todas as obras literárias escritas ou oralizadas, mas, sobretudo, daquelas obras que a discussão pública qualificada *destacou* para fora da massa amorfa da trivialidade. [...]. (MACHADO, 2005, p. 19)

Apesar de se entender a importância e a amplitude do debate sobre a televisão, neste estudo, não será aprofundada esta ótica uma vez que o veículo não se configura seu objeto principal. Assim, é válido citar algumas de suas características como forma de relacionar a proximidade que a mídia empresta ao programa. Uma dessas características é o caráter de realidade a partir da sua materialidade audiovisual conforme exposto.

1.1 A UNIVERSALIDADE COMO ELEMENTO GERADOR DE IDENTIFICAÇÃO

A universalidade do conteúdo dos *realities shows* é um aspecto de fundamental importância, uma vez que eles têm como base representativa pessoas comuns. Seus participantes, assim como qualquer cidadão em qualquer país do mundo, têm sonhos, desejos, qualidades e defeitos, amam, odeiam e sofrem. Outro aspecto relacionado ao caráter universal, é que muitas vezes a dinâmica dos programas envolve situações cotidianas vivenciadas na sociedade de forma geral, como o dia a dia de uma casa – *Big Brother* – ou a formação de casais – *Love Story*.

A característica destas ações e sentimentos serem universais, ou seja, ocorrer independente do país, ou classe social, cria no espectador uma forte identificação. Para Castro (2006 p.21), o espectador se identifica “com as alegrias e com os sofrimentos dos personagens, ao interessar-se por seu destino, ao possuir suas mesmas esperanças, ao viver sua vida [...] repousa uma espécie de ‘candidez’ da credulidade. [...]”

O processo de identificação do ser humano ocorre a partir do que é reconhecido como sua identidade, que tem como base suas características, gostos, preferências, percepções, visões de mundo e como esses aspectos se relacionam com o outro. Desta forma, é possível que determinado modelo de comportamento ou de pensamento possa ou não representar determinado grupo de pessoas. Esta construção é feita a partir dos sistemas simbólicos nos quais as pessoas estão inseridas e são decorrentes da sociedade na qual vivemos.

A representação inclui as práticas de significação e os sistemas simbólicos por meio dos quais os significados são produzidos, posicionando-nos como sujeitos. É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e aquilo que somos [...] A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas [...] (SILVA, 2009, p. 18).

Ainda dentro de uma perspectiva centrada no espectador, Jost (2007 p. 40) atribui o sucesso do *Big Brother* ao fato de “que ele deve ter correspondido a aspirações bem-ancoradas no ser humano”. O autor cita como desejo humano a onisciência, que significa a capacidade de tudo ver e tudo saber, e a ubiquidade, desejo de estar em vários lugares ao mesmo tempo.

Para John De Mol (2014), criador do *Big Brother*, os *realities shows* “são o espelho da sociedade. Mostram pessoas que vivem ao seu lado, que você reconhece”. Ainda segundo De Mol, essas pessoas experimentam situações e sentimentos comuns a qualquer ser humano

como, por exemplo, se apaixonar ou brigar. Outro aspecto citado é que o programa sempre leva os telespectadores ao questionamento “como você reagiria a essa situação?”

Ao nos defrontarmos com as razões elencadas por De Mol para o sucesso do programa *Big Brother*, é inevitável nos reportarmos à questão da identificação. Diretamente relacionada à construção de significados, a cultura constitui-se na base conceitual para a identificação. Desse modo, para compreender como esse processo ocorre, faz-se necessário contextualizar o que é cultura definida “[...] como um todo complexo que inclui conhecimento, crença, arte, lei, moral, costumes e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade.” (TYLOR, 1871 apud SANTAELLA, 2003, p. 36)

Embora o termo cultura seja, muitas vezes, associado a um aspecto mais erudito, a cultura é constituída de elementos que permeiam a vida do indivíduo na sociedade, a exemplo da linguagem, valores compartilhados, costumes e tradições. Para Santaella (2003, p. 37), “tudo aquilo que pode ser entendido como uma organização, como uma regulação simbólica da vida social pertence à cultura”.

Neste contexto, os *realities shows*, por meio de seus participantes, contemplam vários sistemas culturais. O processo de identificação ocorre a partir do reconhecimento por parte do indivíduo dos significados veiculados. Essa identificação pode partir de situações, comportamentos, atitudes, além de toda a gama de conteúdo simbólico existente. A televisão atua como um “espelho” da vida social, simulando os “modelos” existentes nesta sociedade, em função disto, esse processo de identificação é facilitado. Um dos grandes exemplos de identificação em *realities shows* ocorreu no *Big Brother Brasil* quinta edição. O participante Jean Wyllys sofreu ao longo do programa certo preconceito e perseguição por parte dos seus colegas de confinamento. Em função desse fato, a comunidade LGBT se uniu para votar pela permanência do participante na casa. Ao sair vencedor do programa, Jean Wyllys se candidatou a Deputado Federal e atualmente está no seu segundo mandato.

Sobre o processo de identificação e representação, pode-se analisar a seguinte colocação de Silva (2014, p. 17):

[...] Ao examinar sistemas de representação é necessário analisar a relação entre cultura e significado (HALL, 1997). Só podemos compreender os significados envolvidos nesses sistemas se tivermos alguma ideia sobre quais posições-de-sujeito eles produzem e como nós, como sujeitos, podemos ser posicionados em seu interior.

A representação está centrada em um sistema que envolve a mediação entre conceito e percepção. Ao ser percebido, o objeto do conceito cria no indivíduo uma impressão de

realismo, que é associada à determinada significação. Desta forma, “a representação de um fenômeno social qualquer consiste num conjunto de imagens, estruturado pelo jogo das significações sociais ou das atitudes dos sujeitos da representação.” (MOSCOVICI, apud SODRÉ, 1984, p. 76). O processo comunicacional se retroalimenta desta troca simbólica com a sociedade, e os *realities shows* se utilizam destes recursos, ora de forma menos perceptível, ora de forma mais explícita.

Para que o processo de identificação seja possível, é necessário que haja uma construção cultural formada a partir das características e hábitos de vida de determinada sociedade. Esta construção parte das instituições mediadoras como o trabalho, a escola, a igreja, que trazem em si regras muitas vezes não estruturadas formalmente, mas que conduzem o modo de agir desta sociedade. A cada uma destas instituições mediadoras, é possível se atribuir uma gama de conteúdos simbólicos que, em conjunto, formam um arcabouço cultural. O processo de simbolização cultural é pontuado por Sodré (1999, p.121):

Não existe cultura sem um processo de simbolização (consequência da função simbólica) específico, capaz de fornecer ao conjunto um sentido ou uma coerência significativa.

A estruturação simbólica possibilita as práticas e relações sociais, permitindo que o indivíduo pertença ou não a determinado grupo por meio da diferenciação social. A partir da representação do social e do simbólico por meio dos *realities shows*, o telespectador segue o mesmo caminho, sentindo-se mais ou menos identificado com determinados padrões sociais.

É válido pontuar que esse aspecto cultural local também é levado em consideração pela produção dos *realities shows*, uma vez que, são feitas algumas adequações em função das características de cada país. Desta forma o processo de identificação se torna ainda mais assegurado.

Além do processo de identificação individual, baseado nos arquétipos e sentimentos, tem-se ainda o que se classifica arbitrariamente como “identificação coletiva”. Ao falar sobre os valores geograficamente distribuídos, quando se trata de *gincanas de sobrevivência*, Lochard e Soulez (2003, apud FILHO; BORGES, 2011, p. 128) trazem o seguinte:

[...] as *gincanas de sobrevivência* produzidas em países anglo-saxões ou da Europa setentrional tendem a destacar a “luta de todos contra todos”, ao passo que em nações de cultura católica (como França, Portugal e Brasil) os rigores da disputa são “adocicados” mediante a ênfase na formação de casais, na constituição de grupos solidários e nas demonstrações de afeto em momentos de separação. O elogio da *astúcia estratégica* cede espaço para o enaltecimento da *integridade emocional* dos participantes. Valoriza-se, acima de tudo, a aparente fidelidade ao compromisso de

não falsear as próprias emoções e sentimentos com o intuito de manipular as emoções e os sentimentos dos concorrentes e do público.

Observou-se, portanto, que a “identificação coletiva” quanto aos modelos de identificação individual, sejam eles físicos, psicológicos ou comportamentais, encontrada nos *realities shows*, facilita a elaboração dos formatos desses programas e auxilia o seu sucesso.

1.2 O GÊNERO E SEUS “MUNDOS”. *REALITY SHOW*?

A classificação de um gênero por parte da emissora se configura em uma estratégia de atração do telespectador. Ao anunciar a qual gênero o programa pertence, a emissora busca, por meio de uma promessa, gerar uma identificação no público, ligando-os a um universo de sentidos. De acordo com o pensador russo Mikhail Bakhtin (apud MACHADO, 2005, p. 68):

[...] *gênero* é uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar idéias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras. [...]

Além de propor um sentido por meio de uma ‘etiqueta’ do que se pode esperar de determinada atração, a classificação por gênero também atende a interesses jurídicos e ou econômicos do veículo. De acordo com Jost (2007, p.67), os interesses jurídicos estão relacionados ao *caderno de encargos* da emissora, ou seja, ao percentual que ela deve destinar da sua grade de programação a cada gênero, tendo em vista que se trata de uma concessão pública e, portanto, que deve atender a interesses sociais. Os interesses financeiros são ligados à sustentabilidade econômica da empresa que avalia o quanto determinado programa é rentável.

Para Duarte (2004, pp. 48-49), as classificações “autopromocionais e autopublicitárias” dos gêneros são ligadas diretamente à uma relação de continente/conteúdo e se constituem em uma estratégia de sedução. Tal fato significa que, ao classificar uma atração em determinado gênero, a emissora está comunicando ao telespectador o conteúdo do que lhe será entregue. Constitui-se, portanto, em um “contrato de expectativa”.

Ao categorizar um programa como *reality show*, termo utilizado pelas emissoras, há uma promessa de que os fatos transmitidos pela atração sejam frutos de situações reais vivenciadas pelos participantes. No entanto, ao analisar gênero é necessário que se questione:

Ter como protagonistas pessoas que não são artistas assegura a classificação de um gênero como *reality show*?

O termo *reality show*, de acordo com Jost (2007, p. 61), é uma denominação americana que “remete à realidade, mas sob o aspecto distanciado do *show*”. Ao se relacionar a definição do autor aos produtos do gênero disponíveis na mídia, a exemplo do *Big Brother Brasil* entre outros, não é possível aceitá-la em sua totalidade. Embora tais programas “remetam a realidade”, eles se classificam como algo decorrente da própria realidade, ou seja, o fato deles serem construídos no interior das emissoras, em um espaço confinado e controlado por regras estabelecidas pelas mesmas, o caráter de realidade se extingue e se passa a trabalhar apenas com ‘traços de realidade’. Outro aspecto contraditório é que o conceito coloca o gênero como “distanciado do *show*”, enquanto o que ocorre na prática são programas voltados principalmente para a espetacularização.

Ainda no que se refere à classificação dos programas como *reality show*, há ainda a questão do ‘olhar’ do câmara que, por mais imparcial que se objetive ser, se constitui em um ato mediado. O processo de gravação e de edição passa por escolhas de planos, ângulos e cenas, dentre outros aspectos, o que naturalmente compromete o caráter de realidade do que é transmitido. A partir de um ‘olhar’, seja do operador de câmara ou do repórter, a história a ser contada pela matéria corresponde a um fato já interpretado e, portanto, que chega ao telespectador com vestígios desta interpretação.

O termo ficção está relacionado a um mundo inventado. Na narrativa ficcional, muitas vezes, ele se referencia em aspectos reais como forma de criar códigos que serão aceitos pelos telespectadores. Aumont (1995) elucida tanto sobre o factual como fictício:

O fato de a narrativa não ser o mundo, de ela repousar sobre escolhas e de ser filtrada pelos julgamentos daqueles que fazem essas escolhas, não impede que elas possam ser distinguidas como fictícias ou como factuais, quer dizer, remetendo a fatos ocorridos. A deformação, introduzida inevitavelmente pelo discurso verbal ou visual – a ordem da descrição ou a escolha do enquadramento, a restrição do ponto de vista, o tempo da narrativa etc – não deve ser confundida com a invenção, que surge com a ficção. (AUMONT, 1995, p.114).

Com base em uma lógica que estrutura a ficção não a partir da escolha de enquadramentos ou ponto de vista, mas de uma narrativa construída por meio de acontecimentos inventados, e que, portanto, não repousa no factual, não é possível classificar os *realities shows*, ou seja, programas de *para-realidade* no gênero ficcional.

É necessário que se entenda que a dicotomia entre realidade e ficção há muito não pode ser utilizada para a classificação de gênero. De acordo com Duarte (2004, p. 50), a

designação do gênero está relacionada à estrutura geral do gênero, subgênero e formato, e aos aspectos que são por eles incorporados, levando em consideração o reconhecimento cultural dos sentidos destes produtos pelos grupos. Ainda segundo Castro (2004, p. 70):

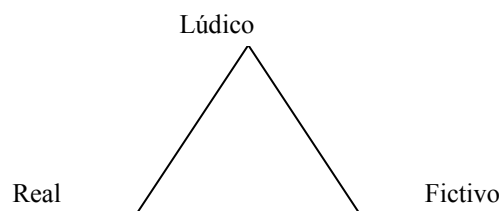
[...] a condição natural de toda produção televisiva é a complexidade e a hibridação. Devido às possibilidades advindas dos meios técnicos de produção, circulação e consumo, os textos televisivos são complexos, isto é, seu conteúdo se expressa simultaneamente através da articulação de diferentes linguagens sonoras e visuais.

A perspectiva da constituição dos gêneros para Jost está ligada a três mundos: mundo real, mundo fictivo e mundo lúdico. Conforme esse autor, o mundo real é “o primeiro interpretante das imagens”, para falar como o semioticista Peirce (1978), é o mundo, denominado por comodidade de mundo real. [...] essa visão de mundo varia segundo as idades [...] e as culturas [...]” (Jost, 2007 pp.62-63).

O mundo real relaciona-se com o que se entende como pertencente à esfera do real propriamente dito. Representa o reflexo inconsciente do telespectador ao identificar em determinado programa, o que é relativo à realidade ou não. Programas de cunho jornalístico ou de variedades podem exemplificar o mundo real. O mundo fictivo ou ficcional permite que elementos que não sejam reais possam ser assimilados pelo espectador com naturalidade. Desta forma, algum acontecimento impossível de ocorrer no mundo real é aceito e até aprovado pelo público. Para Jost (2007 p. 63), a consciência do mundo fictivo permite ao espectador “aceitar acontecimentos nos quais não se acreditariam ser atribuídos ao mundo real.” O terceiro e último mundo classificado por Jost é o mundo lúdico que se situa entre o real e o fictício. No mundo lúdico, a ficção estrutura regras que se relacionam com o jogador – mundo real, ligando-o ao mundo do jogo. Ainda sobre o mundo lúdico, Jost, (2007 p. 129) pontua:

Outro traço fundamental do jogo é que ele repousa sobre um sistema de regras que é necessário respeitar, sob pena de o jogador ser considerado um trapaceiro ou mesmo ser excluído. As regras devem então ser prazerosas para o telespectador, seja porque elas lhe permitem exercer a sua sagacidade, comparando-se com aquele que está na tela; seja porque elas lhe fornecem uma compensação simbólica frente àquilo que ele enfrenta na sociedade; seja porque elas lhe possibilitam, enfim, participar do jogo (por telefone, sms, correio) [...].

Figura 1: Esquema do Mundo Lúdico



Fonte: JOST, 2007, p.65

O mundo lúdico, como é possível observar está no topo da pirâmide, tem como base o mundo real e o ficcional (Figura 1). Entende-se que os três mundos propostos por Jost não são categorizados de forma inflexível, uma vez que o *tom* assumido pelas atrações permite certa flexibilidade. Ao se analisar os mundos propostos, é oportuno retomar a classificação adotada por Duarte (2008, p. 181) de *meta-realidade*, referência ao mundo exterior e natural, *supra-realidade*, produtos ficcionais e *para-realidade*, que é a realidade criada no interior do próprio meio.

Ao ser constituído por elementos que se baseiam tanto no mundo real, quanto no ficcional, os programas classificados como *reality shows*, a exemplo do *Big Brother Brasil*, constituem, do ponto de vista estrutural, uma promessa enganosa ao telespectador. Embora a atração conte com pessoas que não interpretam falas pré-estabelecidas, assegurando a caracterização do mundo real, há também o estabelecimento das regras do jogo que deverão ser cumpridas, o que permite que o mundo lúdico se faça presente.

Além da caracterização dos mundos, Jost (2007, p.66) coloca a questão do *tom* que muitos programas adotam. O *tom* está relacionado à forma como determinado gênero se coloca diante dos espectadores, sem que seja comprometida a sua categorização de gênero. Desta forma, determinado telejornal pode assumir um *tom* mais ameno ao tratar do mundo real, ou um programa de jogos, pertencente ao mundo lúdico, pode ser transmitido em um *tom* mais sério.

É válido observar os *realities shows* como um produto cultural, uma vez que em seu formato estão presentes, além dos aspectos da realidade e da ficção, formatos já consagrados de outros gêneros como programas de auditório, documentários, programas de concurso entre outros. Alguns destes formatos trazem em si qualidades percebidas por seus telespectadores, tornando-os, assim, parte de um contexto cultural mais amplo.

1.3 NOVO GÊNERO, VELHAS FÓRMULAS

Ao analisar os *realities shows* como um gênero cultural é necessário observá-lo do ponto de vista da recepção, portanto, do espectador. Um produto cultural não pode ser pensado apenas a partir da sua universalidade, mas, sobretudo dos aspectos locais que permitem a geração de identificação. Dessa forma, a estruturação do formato destes programas obedece à lógica da ‘glocalização’, ou seja, à perspectiva global adaptada às condições locais.

Segundo Renato Ortiz (1994, apud CASTRO, 2006, p. 30), o termo glocalização “[...] nasceu de uma palavra japonesa aplicada à agricultura e que, no jargão empresarial, significa “localização global”. O processo de globalização, que representa a quebra das fronteiras alfandegárias, possibilita o acesso dos países a diversas áreas, sejam elas empresariais, econômicas ou culturais. Embora a globalização tenha diminuído a distância entre as culturas, o aspecto local dos agentes sociais e seus costumes em muitos casos é resguardado.

O discurso publicitário dos *realities shows*, utilizado pela televisão, trouxe consigo a ideia de que se tratava de um novo gênero. O aspecto híbrido nestes programas é muito forte, já que os mesmos se utilizam de formatos já aceitos pelos telespectadores em vários países do mundo e que evocam, de acordo com Renato Ortiz (op. cit, p. 31), a memória internacional-popular. Tal memória é ativada quando se utilizam, nos *realities shows*, a edição de imagens com fundo musical e final feliz, assim como estereótipos já conhecidos da ficção como o herói, a mocinha, o vilão.

Segundo Castro (2006, p. 27), dentre os formatos incorporados pelos *realities shows* estão as telenovelas, os *talk shows* e programas de auditório, os programas de concurso, os documentários, os programas de confessionário e o jornalismo. Todos estes gêneros encontram lugar cativo na sociedade e, ao serem reunidos em um único programa, passam a atender a demanda comunicacional de diversos perfis sociais.

A telenovela talvez seja o produto audiovisual ao qual o *Big Brother Brasil* mais se assemelha. Através de uma exibição diária, o programa conta com enredos dramáticos, um arco central cercado de várias narrativas menores que vão sendo resolvidas ao longo da atração e que são utilizadas para despertar o interesse dos telespectadores. Há ainda a geração de conflitos, situações de reviravolta e o clímax que corresponde ao final da atração.

Os traços de documentários podem ser percebidos no *Big Brother Brasil* por meio da exibição de *flash-back* nos dias de eliminação, assim como a edição de imagens que mostra os acontecimentos na casa. De acordo com Castro (2006, p.27), a participação dos *talk shows* e

programas de auditório no gênero estão relacionados à projeção e visibilidade que são dadas para a vida dos participantes e de seus familiares. Embora a autora não mencione, considera-se que as torcidas nos estúdios, nos dias de eliminação dos participantes, também podem conter um caráter de programa de auditório, já que o público se torna parte da atração. Acredita-se ainda que a semelhança entre o *reality show* e os *talk shows* está nas provas que os participantes precisam cumprir ao longo do período em que estão confinados.

A incorporação do conceito dos programas de concurso se dá no *Big Brother Brasil* por meio das premiações que são conquistadas ao longo das provas (seja de liderança², seja do anjo³) assim como o prêmio final, cuja quantia atualmente é de um milhão e meio de reais para o vencedor do programa.

Identificar a utilização de vários formatos consagrados no audiovisual pode se traduzir em um caminho na busca pela compreensão do sucesso rapidamente alcançado por estes programas. Além dos formatos técnicos de outros gêneros incorporados pelos *realities shows*, a exemplo do *Big Brother Brasil*, Filho e Borges (2011) pontuam que também são trabalhados aspectos psicológicos como complexos de inferioridade, necessidade de reconhecimento, relevância social:

[...] Além de eventuais premiações financeiras, ventilam a possibilidade de superação dos “complexos de inferioridade”, dos sentimentos de irrelevância social e de insuficiência existencial. Num passe de mágica, o anônimo sem perícias ou saberes proeminentes passa a sentir orgulho de suas “qualidades pessoais”, percebe-se como alguém merecedor de admiração por parte da pessoa amada, do círculo ainda restrito dos familiares e dos colegas de trabalho ou – vale sonhar mais alto! – da imensidão do público telespectador. [...] (FILHO; BORGES, 2011, pág. 127)

A constituição híbrida do formato dos *realities shows* se traduz em uma inovação no que se refere ao contexto audiovisual, uma vez que os diversos elementos incorporados pelo gênero se comunicam de forma orquestrada, sem que seja possível identificar rupturas na transição e ou utilização de tais elementos. O folhetim, o game, o *talk show*, entre outros aspectos, se completam em um todo comunicacional. É válido observar ainda que, mesmo ao se utilizar de uma gama de formatos de outros programas, o gênero *reality show* contempla estes formatos de forma que seu conceito não sofre alteração, uma vez que a ação dos atores sociais se dá dentro do próprio veículo.

² A cada semana é realizada uma prova de liderança, onde o vencedor se torna Líder e além de ter direito a um quarto mais luxuoso que os demais participantes indicam nos domingos seguintes um participante que deverá passar pela votação pública com outro participante indicado pela casa, para saber quem será eliminado pelo público.

³ A cada semana é realizada a prova do Anjo e quem se sair vencedor pode ganhar premiações diversas. O Anjo tem o lado Monstro, que consiste em escolher participantes que cumprirão um castigo determinado pela produção do programa.

1.4 A TRANSMIDIATIZAÇÃO DO *BIG BROTHER BRASIL*

A televisão vivencia, nos últimos anos, uma série de transformações ocasionadas pela evolução da tecnologia que trouxe, além de uma gama de canais fechados, o desenvolvimento de outros meios de comunicação a exemplo da internet e do celular. Para Sodré (2002, p. 25), a sociedade passa hoje por uma transformação de costumes ao incorporar a tecnologia como uma ferramenta de sociabilidade que ele classifica como um novo *bios*. Neste contexto de mudança social e tecnológica, o papel da televisão enquanto veículo de massa é questionado por alguns autores, e seu futuro enquanto mídia se torna cercado por incertezas. O modelo tradicional de televisão, posicionada na sala das residências e assistida pela família em conjunto, vai sendo substituída por telas portáteis, e a experiência de assisti-la está se tornando cada vez mais individualizada. Segundo Carlón e Fechine (2014, pág. 14):

[...] A televisão que conhecemos nos anos 60 e 70 está *morrendo*, diz Katz. Essa televisão que, naquele momento, interpelava tanto a nação quanto a família já não é a atual. Está deixando espaço para outras com centenas de canais, que transmitem para “nichos”; uma televisão portátil, que faz parte de um sistema integrado com a internet e outros novos meios; uma televisão que, exagerando, não há duas pessoas assistindo ao mesmo programa simultaneamente. É uma televisão que se vê afetada por mudanças tecnológicas e no contato. [...]

A multiplicação da televisão em telas mínimas pode representar para Jost (2007, p. 56) tanto o seu fim, como o seu poder, já que, ao passar a ser móvel, conta com uma presença forçada no cotidiano. Outro aspecto importante é que a era da convergência não delimita mais distância entre a televisão, o computador e a internet, ou seja, estas mídias podem passar a fazer parte de uma mesma estratégia comunicacional. Neste contexto, Duarte (2004, p. 56) pontua que o desenvolvimento tecnológico muda a experiência do telespectador com a mídia de forma que sua participação pode ser mais “efetiva na programação e, até mesmo, interferir nos rumos dos programas.”

O avanço tecnológico tem encurtado cada vez mais a distância entre os telespectadores e os produtores de conteúdo. Ao poder emitir suas percepções, gostos e insatisfações de forma pública, com abrangência nacional e porque não dizer mundial, o público passa a interferir nos rumos e na pauta de algumas agendas da televisão. Tal fato ocorre independente do produto midiático, seja ele um telejornal, uma novela e até mesmo nos programas classificados pela mídia como *reality shows*.

Desta forma, os veículos usufruem da possibilidade de buscar estreitar a relação com seus públicos, inclusive de forma que estes possam ser estratificados em função dos seus

perfis. Sobre o envolvimento dos telespectadores com os produtos midiáticos Filho e Borges (2011, pp. 44-45) analisam:

Vale dizer que nessa época é notório o crescente número de assíduos consumidores e comentaristas de telenovelas. Alguns deles estabeleceram rotinas de rever trechos e capítulos, de participarem de listas de discussão. Expande a existência de *blogs* de comentários e críticas sistemáticas, comunidades de *orkut* e de outras redes sociais relacionadas com telenovelas e outras ficções seriadas de televisão. Modelos informacionais de vendas de telenovelas convivem com maneiras de disponibilizar gratuitamente capítulos em *sites*, *blogs* e no YouTube. Autores roteiristas participam de listas de discussão e desenvolvem blogs pessoais (Aguinaldo Silva e Glória Perez são referência nessa área).

Diante da atual evolução das mídias e a crise do modelo *broadcasting* na televisão, Jenkins (apud SCOLARI et. al., 2014, p. 44) propõe o conceito de *hipertelevisão*⁴ como forma de definir integração das histórias dentro de “narrativas transmídias”. Os processos evolutivos são, em sua grande maioria, caminhos sem volta. A experimentação de ter acesso a uma gama maior de informações por parte do telespectador e de ter a sua voz ouvida faz com que os veículos desenvolvam estratégias para se adequar à nova realidade. A criação de sites para seus programas, a disponibilização de conteúdos para *mobile* e o desenvolvimento de aplicativos são frutos destas estratégias que representam não apenas uma maior aproximação com o telespectador, mas também, em alguns casos, um ganho econômico, como os que ocorrem a partir da parceria com empresas de telefonia.

No Brasil, de acordo com Machado et. al (2014, pp. 61-62) a primeira experiência denominada *transmídia* realizada pela TV Globo criou para a novela *Malhação* (na sua segunda versão, de 2009) uma versão para a internet. Na plataforma digital, foi criada uma nova *websérie* com personagens independentes e atores paralelos. No mesmo ano, a emissora também associou o *Big Brother Brasil* à internet por meio da votação dos internautas para eliminação dos participantes. O público também trocava ideias com o diretor Boninho pelo *twitter*, dando sugestões e opinando sobre festas.

Ao longo de sete anos, desde a primeira experiência *transmídia* realizada pela direção do *Big Brother Brasil*, muita coisa evoluiu. Hoje, o programa conta com uma versão *pay-per-view* com um *link* direto, 24 horas por dia, durante todo o período da edição, além da assinatura pela internet do *Globo Media Center* (GMC) com acesso às câmeras do *pay-per-view* e outras exclusivas para essa plataforma. Há ainda uma parceria entre a emissora e as

⁴ “Se a *paleotelevisão* se dirigia às audiências radiofônicas e escritas, e a *neotelevisão* estava destinada a espectadores formados na mesma televisão, a *hipertelevisão* fala para as novas gerações com habilidades interpretativas aprendidas na navegação na web, no uso de *softwares* ou jogos de vídeo”. Scolari (Carlón e Fechine, 2014, pág. 49)

principais operadoras de telefonia no país que possibilita aos fãs acompanhar os áudios diretamente de todos os ambientes da casa ou escolher o áudio de um participante específico. *Blogs* e comunidades de fãs que discutem as atitudes dos participantes e a interferência ou não da emissora, no formato produzido para a TV aberta, também fazem parte desta nova configuração. A direção do programa inseriu ainda a participação do telespectador na decisão tomada em certas ocasiões do programa por meio do “*Você no controle*”. O público vota sobre questões que podem criar peripécias como, por exemplo, decidir se os participantes devem votar ou não de maneira aberta na frente dos demais participantes em determinada semana, e não no confessionário, como de costume.

Embora o processo de *transmediatização* traga a emissora uma fonte extra de receitas e uma maior proximidade com o telespectador, de acordo com Campanella (2010, p.148), esse processo gera “inúmeras tensões pela sua disparidade com o resumo editado pela Rede Globo. De fato, cada plataforma utilizada disponibiliza uma versão diferente do *reality show*”. O que ocorre é que ao selecionar o que será exibido na versão para TV aberta e editar as imagens, a direção do programa privilegia determinadas cenas, o que acarreta em uma versão final mediada por esse olhar da direção. Tal fato não passa despercebido pelos fãs que se posicionam nos grupos de discussão na internet. Ainda segundo o autor, a fã *Xuxu* justifica sua preferência pelo *pay-per-view*:

O 24 horas! A possibilidade de observação que você tem do ser humano em todas as situações. Porque os outros [programas do gênero realidade] são um recorte, você está dependendo do editor, você está vendo aquilo que o editor quer que você veja. No pay-per-view não! Você vê, e você decodifica de acordo com a sua cabeça. Não é o editor que vai selecionando o que é que você vai ver, o que você não vai ver, o que é importante, o que não é. Por que pra mim, um gesto em um determinado momento pode me dizer muito mais do que uma situação editada muito engraçada, ou muito dramática; principalmente porque ela está isolada do contexto onde ela ocorreu. O que aconteceu antes, e o que aconteceu depois? (CAMPANELLA, 2010, p.150)

O conceito da *hipertelevisão* colocado por Jenkins, embora possa oferecer uma possibilidade de futuro para a televisão enquanto mídia e uma grande fonte de receita, representa ainda um grande desafio no que se refere a como lidar com esse novo telespectador que está cada vez mais envolvido e mais crítico com os produtos que lhe são oferecidos pela indústria cultural. O poder de aglutinamento e a velocidade de comunicação que a internet oferece atualmente, disponibiliza um suporte eficiente não apenas na interferência de narrativas transmídias como também em questões de interesse nacional.

Ao mesmo tempo em que se reconhece a gama de análises que os *realities shows* possibilitam, entende-se a necessidade de escolha de uma abordagem única, a fim de que, sob essa perspectiva, o objeto deste estudo possa ser melhor analisado e compreendido. Embora se tenha classificado os *realities shows* como um misto de diversos gêneros, a exemplo do documentário, programas de auditório, novelas, entre outros, opta-se aqui por analisar o *Big Brother Brasil* a partir da ótica da teledramaturgia. Tal escolha se dá em função da percepção de pontos de convergência entre o programa analisado e a teledramaturgia, pois há em ambos a exibição na grade de programação de forma horizontal, a presença do drama, a estrutura de modulação, a construção de personagens. No capítulo II, a seguir, este âmbito será explorado de forma mais detalhada, uma vez que serão apresentados os formatos da teledramaturgia.

2. TELEDRAMATURGIA: DOS FORMATOS FICCIONAIS AO ESPETÁCULO DA REALIDADE

Ao buscar entender os aspectos que permeiam a teledramaturgia, se faz necessário uma análise dentro de uma estrutura de gênero. Neste contexto, Bastos (2004) conceitua gênero como uma forma televisiva que partilha umas poucas categorias em comum. Para a autora, o gênero é constituído pela articulação entre conteúdo e expressão, representada pela relação entre subgêneros e formatos.

Por gênero televisivo, compreende-se uma macro-articulação de categorias semânticas capazes de abrigar um conjunto amplo de produtos televisivos que partilham umas poucas categorias comuns. Nessa perspectiva, a noção de gênero em televisão não passaria de uma abstração; seria da ordem da virtualidade, uma vez que nenhum produto se manifesta circunscrito apenas a essas categorias genéricas em sua extensão e exclusividade. O gênero funcionaria, então, em cada caso, como substância de uma forma que sobre ele se projeta, decorrente da articulação entre subgênero (s) e formato (s), e não teria outra existência possível além dessa de ser substância em-formada. (BASTOS, 2004, p. 67)

No modelo proposto por Bastos, o subgênero é da ordem da atualização e se relaciona à diversidade de temas ou tons propostos pelo programa, enquanto o formato diz respeito à forma propriamente dita, ou seja, cenários, figurinos, papéis. Como é possível perceber, o gênero não se constitui em uma categoria fechada, pura, mas, por meio do subgênero, pode receber influência de outros gêneros, o que acarreta em mudança do tom da atração.

De acordo com Jost (2007, p. 67) “um jogo pode ser apresentado como realidade (*Loft Story*); acontece até de a realidade ser apresentada como ficção”. A ideia da presença da forma e conteúdo se mostra relevante ainda a outros autores, no que se refere à definição de gênero. Para Mikhail Bakhtin (apud MACHADO, 2005, p.68) o gênero “é uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar as ideias, meios e recursos expressivos”.

A concepção do gênero, enquanto forma e conteúdo, cria culturalmente na sociedade o reconhecimento do que se pode esperar de um programa, ao ser classificado em determinado gênero. A repetição dos aspectos que caracterizam o gênero, tanto no que se relaciona ao texto, como no que se refere ao seu formato, desenvolve no espectador o que Martín-Barbero, (apud GOMES, 2011, p. 124) classifica como “reencontro com o mundo”, acionados por um mecanismo que o autor chama de “reconhecimento e percepção popular”. Configura-se como um aprendizado da sociedade sobre o que ela irá receber de conteúdo a partir da repetição histórica de cada texto/formato.

Para Anna Maria Balogh (2002, p. 90), a categorização em gêneros é um “instrumento útil para delimitar o alcance de processos de recepção e agilizar o reconhecimento e a leitura de marcas estruturais próprias de cada gênero”. Ainda segundo a autora, é possível encontrar na TV gêneros muito próprios como *sitcoms*, *soap operas* e telenovelas, entre outros.

Os gêneros são pensados e inseridos dentro de uma grade de programação estruturada a partir do contexto e da cotidianidade do espectador, levando em consideração suas condições de recepção, lógicas de produção e matrizes culturais. Assim, tais gêneros não podem ser percebidos apenas pelos aspectos que permeiam seu conteúdo e sua forma, mas, sobretudo como categorias culturais, uma vez que eles são “uma estratégia de comunicabilidade, de promoção e leitura”. (BASTOS, 2004, p.50)

A origem do estabelecimento de gêneros em categorias se dá em função da classificação de obras literárias, o que pode ser muito interessante para este estudo a fim de estabelecer uma matriz dramática para a linguagem televisiva - algo que o *Big Brother Brasil* vai atualizar em sua estrutura de organização dos eventos que se passam na casa. Voltando um pouco à raiz dos gêneros, pode-se ver que, como lembra Rosenfeld, as obras literárias são classificadas em três categorias: Épico, Lírico e Dramático.

Pertencerá à Lírica todo poema de extensão menor, na medida em que nele não se cristalizarem personagens nítidos e em que, ao contrário, uma voz central – quase sempre um “Eu” – nele exprimir seu próprio estado de alma. Fará parte da Épica toda obra – poema ou não – de extensão maior, em que um narrador apresentar personagens envolvidos em situações e eventos. Pertencerá à Dramática toda obra dialogada em que atuarem os próprios personagens sem serem, em geral, apresentados por um narrador. (ROSENFELD, 2011, p.17)

A cada gênero, segundo o autor, é atribuído um significado substantivo e adjetivo. O significado substantivo relaciona-se à essência do gênero designando sua configuração. Já o significado adjetivo se refere aos traços estilísticos. Desta forma, o gênero pode ser Lírico com traços estilísticos dramáticos ou vice versa. “No fundo, porém, toda obra literária de certo gênero conterá, além dos traços estilísticos mais adequados ao gênero em questão, também traços estilísticos mais típicos dos outros gêneros.” (ROSENFELD, 2011 p.18) Para o autor, não existe pureza absoluta nos gêneros.

Embora a Epopeia e o Drama possam ter semelhanças, constituem-se em dois gêneros distintos. As diferenças se dão primordialmente em função da sua extensão e presença do narrador no gênero Épico. Ainda sobre as diferenças entre a epopeia e o drama:

A epopéia segue de perto a tragédia por ser também imitação, com palavras e ajuda de metro, de caracteres virtuosos. Todavia, difere desta por ter um metro uniforme e por ser uma narrativa. Diferem ainda quanto à extensão: uma esforça-se o mais possível por durar uma só revolução do Sol ou demorar pouco mais, enquanto a epopéia, não tendo limite de tempo, é diferente neste aspecto. (ARISTÓTELES, 2004 p.47)

Um texto fundamental para refletir o gênero dramático é a Poética de Aristóteles, até hoje utilizada como referência. Para Aristóteles (2004, p.49), a tragédia é constituída por seis partes: enredo (*mythos*), caracteres (*ethe*), elocução (*lexis*), pensamento (*dianoia*), espetáculo (*opsis*) e música (*melopoiia*). Segundo o autor, a junção desses elementos precisa criar uma sequência de acontecimentos estruturada com tamanha perfeição que, apenas ao ouvir o enredo, o espectador possa entender o drama e emocionar-se com ele. Este ‘despertar’ de sentimentos deve surgir pelo desenrolar dos acontecimentos e não por meio do espetáculo, já que este se relaciona à encenação, o que revela menos arte.

A primeira parte do drama, o enredo, é considerada pelo autor como a mais importante. O enredo é o espaço em que as ações de imitação da vida são constituídas, no qual os conflitos ocorrem e o nó decorrente desses conflitos é atado e desatado na ocasião do desfecho. As “peripécias e os reconhecimentos” geram uma maior atração por parte do espectador. Dentro do enredo, o movimento do drama se constitui, sendo necessário que o encadeamento das ações ocorra de forma que cada parte leve a estruturação de um todo.

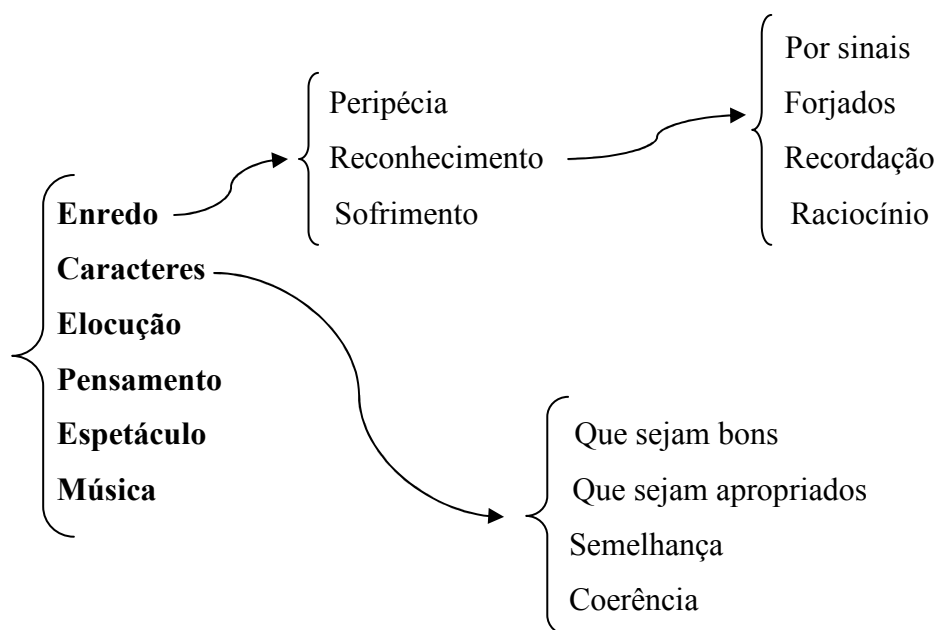
Os caracteres, segunda parte constitutiva do drama, são formados pelas palavras, expressão de pensamentos e sentimentos. No entanto, para Aristóteles (2004, p.49), este elemento não se constitui como essencial, uma vez que é possível se estruturar os conflitos e acontecimentos, expressando-os ao público, sem que nada seja escrito.

O terceiro elemento do gênero dramático é a elocução que consiste na capacidade de expressar por meio de palavras os conflitos, o que possibilita uma ação retórica. O pensamento, quarto elemento da dramática, se relaciona com a elocução e representa a expressão de alguma ideia em geral.

O espetáculo é o quinto elemento é percebido por Aristóteles (2004, p.50), como “o mais desprovido de arte e o mais alheio à poética”. Para o autor, a paixão e o temor, sentimentos peculiares do drama devem ser despertados fundamentalmente pela cadência das ações. Fazê-lo por meio do espetáculo “revela menos arte”. A música, último elemento da tragédia, é classificada segundo o autor como um elemento apenas de embelezamento, sem grande valor constitutivo a obra.

É possível resumir a estrutura das seis partes constitutivas da tragédia, segundo Aristóteles (2004, p.49), a partir da seguinte configuração:

Figura 2: Esquema estruturado a partir da Tragédia Aristotélica.



Fonte: ARISTÓTELES, 2004

A partir do exposto, observa-se que o gênero dramático parte de uma série de pressupostos para que ele possa efetivamente ser caracterizado. A intersubjetividade, os sentimentos, conflitos e desejos do ser humano se constituem no ponto inicial para a estruturação do enredo, ou seja, a ação que será apresentada.

No entanto, apenas a existência de sentimentos não configura o gênero dramático. É necessário que o enredo contemple a tomada de decisão, a geração de conflitos e a retórica ocasionada pelo contraponto de interesses. A ausência de um narrador exige que a interpretação dos fatos, pelos atores, gere um encadeamento inteligível, de forma que não suscite dúvidas ao espectador.

Desta forma, é possível destacar como elementos-chave do gênero dramático:

- Intersubjetividade
- Diálogo/retórica como materialidade
- Geração de conflitos
- Tomada de decisão
- Ação
- Importância do encadeamento dos acontecimentos
- Ausência do narrador
- Clímax

A importância do encadeamento das ações é citada ainda por Rosenfeld (2011, p.33):

[...] o que prevalece na seleção dramática é a necessidade de criar um mecanismo que, uma vez posto em movimento, dispensa qualquer interferência de um mediador, explicando-se a partir de si mesmo. [...]. Só assim se obtém a verossimilhança, sem a qual não seria possível a descarga das emoções pelas próprias emoções suscitadas (cartarse), último fim da tragédia.

A evolução da Teoria Dramática, de acordo com Maciel (2003, p. 16), passa pela *Dramaturgia hamburguesa* no Século XVIII, em que Lessing, por meio de uma coletânea de cem ensaios trata da teoria e técnica dramática, tendo como base a poética de Aristóteles. No Século XIX, na Alemanha, Hegel aplica o seu método dialético ao fenômeno estético e se convence de que o *conflito* se constitui na força que move a ação dramática. Em 1819, Schopenhauer substitui a teoria de Hegel de *conflito* pela ideia de *vontade*. Em seguida, Ferdinand Brunetière define a “lei do drama” como sendo o *conflito de vontades*.

O Drama moderno surgiu, de acordo com Szondi (2001, p.29), no Renascimento a partir do desejo do homem pela liberdade de se expressar. Seu foco principal passou a ser as relações humanas, e o diálogo se constituiu na sua base universal. Desta forma, o drama se caracteriza como um gênero fechado e que não necessita de nenhum aspecto externo ao diálogo para que possa existir, completando-se, portanto, em si mesmo. O fato de não estar vinculado à história permite que o drama seja possível em qualquer época, se atualizando a partir do intersubjetivo e das relações do homem com seus pares.

O desejo pela liberdade de se expressar é o ponto de partida para a constituição do drama que tem a sua materialidade na dialética. Embora o elemento visível do drama seja o diálogo, a tomada de decisão é o fator que o impulsiona. A partir da tomada de decisão por meio de uma vontade intersubjetiva, advinda de um conflito, o drama passa a se constituir. Esta vontade intersubjetiva entra em choque com outras vontades, o que acaba por ocasionar o que se pode designar como conflito externo. Segundo Rosenfeld (2011, p.34), o drama “refere-se particularmente ao entrechoque de vontades e à tensão criada por um diálogo através do qual se externam concepções e objetivos contrários produzindo o conflito”.

Tais conceitos sobre a Teoria do Drama permitiram que, neste estudo, se entendesse melhor quais aspectos permeiam os elementos de constituição da teledramaturgia, como falamos, uma matriz dramática que será atualizada nas culturas midiáticas, de modo que eles se mostram apropriados à análise destes elementos no *reality show Big Brother Brasil*. A presença marcante do conflito e da dialética, além do encadeamento dos fatos de forma cognitiva, se tornam elementos-chaves para entender a teledramaturgia.

Outro aspecto primordial do drama é a ausência do narrador. O drama não é apresentado, mas é posto ao público pelos atores em cena que apresentam os acontecimentos como se fosse realidade. A forma como o drama é exposto “explica a objetividade e, ao mesmo tempo, a extrema força e intensidade do gênero.” (ROSENFELD, 2011 p.29).

Como não conta com a presença do narrador, se faz necessário no drama que o encadeamento dos fatos seja feito de forma ordenada a fim de não deixar dúvidas, ao espectador, de quais e como esses conflitos são retratados no drama, e qual a sua importância dentro de uma estrutura maior. A ordem dos acontecimentos deve ter um propósito central “um caroço, uma semente. Nela se centralizam todos os objetivos do autor e da equipe – ela própria também autora – que realizou a telenovela.” (PALLOTTINI, 1998, p.102)

No próximo tópico, aprofundou-se em como se constitui a teledramaturgia nas suas diferentes modalidades e formatos a fim de entender como tal gênero pode ser analisado no contexto do objeto deste estudo que é o *reality show Big Brother Brasil*.

2.1 FORMATOS FICCIONAIS TRADICIONAIS

A história da teledramaturgia no Brasil enquanto gênero perpassa pela criação da televisão no País em 1950. Marcada por um período de grande improviso, uma vez que não contava com profissionais capacitados para as especificidades do veículo, a estreia da TV precisou recorrer ao rádio e ao teatro para que fosse possível contratar funcionários e montar suas atrações. O principal gênero transmitido, o teleteatro, como o próprio termo antecipa “se aceita como o teatro em tevê, assume as regras do jogo teatral e as realiza no estúdio de televisão” (PALLOTTINI, 1998, p. 26). Como a ideia era criar uma programação cultural, os clássicos da literatura e dramaturgia mundiais eram encenados ao vivo e por nomes reconhecidos do teatro, trazendo para a tevê o que se classificava de “alta cultura”. Desse modo, o teleteatro dominava a programação da época:

Principal gênero dramático da televisão brasileira a que se assistiu nos anos 1950, o teleteatro foi o programa ficcional de maior prestígio junto ao público, aos profissionais da televisão e aos críticos que acompanhavam as telepeças em todos os horários e emissoras existentes naqueles primeiros anos da TV. Isso se deve, em parte, ao fato de os principais teleteatros (“Grande Teatro Tupi”, “TV de Vanguarda”, “TV de Comédia”, “Câmera Um”) trazerem para a TV um referencial da chamada “alta cultura”, exibindo os clássicos da dramaturgia e literatura mundiais e, ainda, levando a telinha os atores mais representativos do nosso teatro. (...) Rede Tupi de Televisão – que integrava o primeiro oligopólio da informação no Brasil, os Diários Associados, de propriedade de Assis Chateaubriand. (BRANDÃO et. al., 2010, p. 37)

No seu primeiro ano de funcionamento, a primeira emissora de televisão do país, a TV Tupi, queria transformar a televisão em um modelo muito mais cultural do que comercial. Tal fato, aliado ao desejo de se fazer na televisão algo artístico como no cinema, foi responsável “pela aproximação do meio eletrônico com o vasto acervo da literatura e da dramaturgia e com as técnicas cinematográficas.” (BRANDÃO et. al, 2010, p. 38)

Neste contexto, os teleteatros retratavam textos de Shakespeare, Goethe, Dostoievski, Nelson Rodrigues, entre outros. No entanto, embora o teleteatro tivesse um desenvolvimento muito intenso, sua produção se tornava cara, já que a cada dia era exibida uma peça diferente. Assim, era necessário que a televisão passasse por um processo de industrialização para sobreviver, foi, então, que a chegada do videotape e da serialização da programação possibilitaram tornar a televisão mais comercial, assegurando a sua permanência no mercado.

Hoje, a maior parte da programação televisual é realizada em série, e isso ocorre “por implicar uma simplificação do trabalho e uma resultante rentabilidade que lhe permite fazer frente à voracidade de um mosaico de programação muito extenso”. (BALOGH, 2002, p. 102) Sobre este processo de modernização da televisão, Bastos (2004) pontua:

A chegada do videotape, por exemplo, conferiu mais flexibilidade à produção e possibilitou que as grandes emissoras retransmitissem sua programação em todo o país. Quilômetros de troncos de microondas permitiram as transmissões em cadeia – um mesmo produto passou a ser exibido simultaneamente por várias emissoras afiliadas. (BASTOS, 2004, p. 55)

Com o advento da evolução tecnológica e a possibilidade de que os programas fossem gravados, outros formatos ficcionais foram criados, e a conceituação destes produtos é feita a partir das características formais inerentes a cada um como sua “linguagem própria, só nele encontrada”. (PALLOTTINI, 1998, p. 24)

A partir da possibilidade de se falar em programas unitários e programas não unitários, Balogh (2002, p. 97) explica que o unitário possui único formato, embora seja fragmentado para se adaptar ao modelo comercial da televisão, o que possibilita a inserção de intervalos e sair do padrão da serialidade, sendo exibido, portanto, em apenas um dia.

(...) *unitário*. Trata-se, como o nome indica, de uma ficção para TV, levada ao ar de uma só vez, com duração de aproximadamente uma hora, programa que se basta em si mesmo, que conta uma história com começo, meio e fim, que esgota sua proposição na unidade e nela se encerra. (PALLOTTINI, 1998, p.25)

Quanto aos programas não unitários, eles são classificados como seriados, minisséries e telenovelas. Tais formatos ficcionais são os mais consagrados dentro da tradição da

televisão brasileira (BALOGH, 2002, p. 95). O fato de possuírem uma estrutura relativamente rígida com seus núcleos de personagens, assim como seus cenários e figurinos, permite que tais formatos se tornem comercialmente viáveis. Outro aspecto interessante a respeito da estrutura de seriados, minisséries e telenovelas se dá em função da repetição de elementos como uma forma de assegurar, ao espectador, um “fio de ambientação narrativa”. Ao contrário do que ocorre nas salas de cinema em que a atenção é voltada exclusivamente para o filme, ao assistir à televisão, o espectador divide a imagem da tela com vários elementos. Desta forma, a constituição de uma estrutura, que mais ou menos se repete, auxilia este espectador na cognição dos programas. O espectador vê tevê em casa ou mesmo em lugares públicos como bares, clínicas ou shoppings, de forma que a sua atenção torna-se fragmentada, já que divide esta atenção com o meio ambiente. A tevê conta ainda com uma programação que obedece a lógica da vida cotidiana do espectador. Tal fato significa que ela estabelece o fluxo e o conteúdo dos programas a partir das atividades diárias deste telespectador.

Em função desta fragmentação de atenção, Pallottini (1998) classifica a redundância como um aspecto importante a ser trabalhado na teledramaturgia:

É sempre útil voltar a falar no problema da redundância na telenovela; não se deve esquecer que a novela se faz e se vê por televisão; [...] O telespectador senta-se para assistir ao programa, mas se levanta para ver o que aconteceu na rua, para atender aos diversos tipos de chamados, para ir ao banheiro. Ele não tem, em sua casa, descompromissado, à vontade, a atenção total de quem vai ao teatro ou ao cinema. [...] (PALLOTTINI, 1998, p.37)

Embora possam guardar alguma semelhança, a exemplo do elenco relativamente fixo, os seriados, minisséries e telenovelas são marcados por diferenças entre seus formatos. Para entender quais são estas diferenças, se faz necessário analisar cada um deles.

O seriado é um produto audiovisual estruturado a partir de episódios independentes. Tais episódios contam o enredo em sua totalidade com começo, meio e fim. A temática muda a cada programa a partir da proposta do autor, sendo normalmente mantidos os mesmos personagens. Este formato permite que o espectador possa acompanhar a atração, bastando para isso, apenas conhecer os personagens.

Nos Estados Unidos, as séries são programas veiculados no “horário nobre” e, de acordo com Maciel (2003, p. 107), “cumprem uma função social semelhante à de nossas telenovelas. As famílias se reúnem, depois do jantar, para assisti-las”. Neste mercado, há o predomínio das comédias de situação ou *sitcoms*, como são conhecidos.

Sobre os aspectos que permeiam o seriado, Balogh (2002, p. 95) classifica um núcleo de protagonistas fixos, a adesão a um gênero narrativo específico, como comédia, drama, etc., a exibição em um dia, além de elementos discursivos que se repetem, como cenário e tempo entre outros. Este formato “enlatado” dos seriados, em que os elementos permanecem os mesmo e apenas o texto programa é modificado, partiu tradicionalmente da cultura norte-americana e desperta algumas críticas. Neste contexto, Eco pontua:

Diverso é o caso de expressões que "fingem" ser sempre diferentes para, em vez disso, transmitirem sempre o mesmo conteúdo básico. É o caso, nos meios de comunicação de massa, do filme comercial, dos quadrinhos cômicos, da música de dança e - sem dúvida - do assim chamado *seriado* de televisão, onde se tem a impressão de ler, ver, escutar sempre alguma coisa nova enquanto, com palavras inócuas, nos contam sempre a mesma história. Eco (1989, p. 121)

Para o autor, a mesma estrutura narrativa proporciona ao espectador o que Eco (1989, p.123) denomina de *retorno do idêntico*. Enquanto escuta a mesma história e encontra personagens conhecidos com as mesmas características e discursos, o espectador acredita desfrutar de uma novidade e se sente satisfeito com o que recebe. Embora pontue o modelo rígido dos seriados, Eco (1989, p.124) faz a ressalva de que há ainda seriados em que se pode encontrar um espectador crítico quando há de forma proposital um discurso indireto, com certa incongruência.

Ao tratar de novelas e minisséries é possível encontrar mais pontos de convergência uma vez que ambas contam com um arco central relacionado ao tema principal e tramas menores que dão sustentação ao enredo. Nos dois casos, a exibição é realizada por meio de capítulos, no entanto, a minissérie tem um tempo de duração menor do que a novela. Outra diferença entre os dois formatos é que na minissérie o final da história já está pré-definido antes do início das gravações, diferentemente da novela, que se constitui em uma obra aberta.

De acordo com Machado (2005, p. 84), as novelas e minisséries se resumem “fundamentalmente num (ou mais) conflito (s) básico (s), que estabelece logo de início um desequilíbrio estrutural, e toda evolução posterior dos acontecimentos consiste no empenho em restabelecer o equilíbrio perdido, objetivo que, em geral, só se atinge nos capítulos finais”.

Ao analisar o formato e as características da telenovela, Maciel (2003, p. 110) ressalta a “redundância, a reiteração obsessiva, a compulsão para a repetição [...] suas histórias são contadas em capítulos diários, durante meses, às vezes até anos a fio”. É possível perceber que há entre os autores uma convergência no que se refere aos aspectos que permeiam a conceituação das minisséries e telenovelas.

Ainda sobre a construção de um enredo que assegura na teledramaturgia a elaboração de um nó com o objetivo de reter atenção do espectador até o desenlace, Pallottini (1998) traz o significado da palavra novela, originário do latim *novellus*, que durante a Idade Média adquiriu o significado de *narrativa enovelada, trançada*:

Segundo parece, a palavra “novela” remonta ao italiano *novella*, portanto, ao latim *novellus, novella, novellum*, adjetivo, diminutivo, originário de *novus*. Do sentido de *novo*, a palavra derivou para o de *enredado*. Substantivando-se e adquirindo denotação especial, durante a Idade Média acabou significando *enredo, entrecho, vindo daí narrativa enovelada, trançada*. (PALLOTTINI, 1998, p. 33)

Segundo Balogh (2002, p. 96) a origem da novela “remonta ao folhetim literário e à radionovela, e o gênero preferencial é, sem dúvida alguma o melodrama”. Assim, ao tratar de minissérie e novelas, tem-se em mente a teledramaturgia como um produto que requer um espaço temporal e, portanto, a divisão em capítulos, para que as tramas e subtramas possam se desenvolver. É válido pontuar as observações de Pallottini (1998) sobre capítulos:

Os capítulos são construídos em segmentos, três ou quatro geralmente, intercalados por pausas para comerciais. Cada capítulo abre, via de regra, com a repetição do final do capítulo anterior, seguida da vinheta característica, acompanhada pela música tema e pelos créditos. É comum que se termine cada capítulo com uma situação de expectativa, que motive a audiência a prosseguir assistindo à novela. Esse *gancho* também existe, em menor escala, ao fim de cada bloco, e costuma ser maior no fim do capítulo levado ao ar no último dia útil de cada semana. (PALLOTTINI, 1998, p. 55)

Entre a criação do enredo e a construção dos capítulos há uma relação estreita. O enredo se desenvolve a partir de uma trama principal, que é sustentada pela existência de várias tramas secundárias. Dentro deste enredo, são criados conflitos definitivos, que serão resolvidos ao final da trama, relacionados ao núcleo central – protagonistas - e conflitos provisórios que vão se resolvendo e sendo substituídos por novas problemáticas – núcleo secundário. Os personagens, principais e secundários se relacionam tanto entre si como com os demais núcleos. Desta forma, personagens principais interagem com secundários e vice-versa. Neste contexto, a divisão em capítulos é estruturada de forma estratégica com participação efetiva em como o enredo é contado e em quais momentos, recursos como *suspense, expectativa* e *gancho* podem ser utilizados a favor da trama.

Exemplo recente de sucesso na teledramaturgia brasileira, a novela Avenida Brasil (Rede Globo 2012) girava em torno do plano de vingança da personagem Nina, interpretada pela atriz Débora Falabella contra a sua madrasta Carminha, vivida por Adriana Esteves. A

novela se dividiu em duas fases. Na primeira fase, a personagem Nina ainda criança descobre que sua madrasta pretende matar seu pai, e embora tendo o alertado sobre o fato, o mesmo não escapa de uma morte acidental atropelado por Tufão, personagem de Murilo Benício. Nina é abandonada pela madrasta e seu amante em um lixão e sua madrasta se torna esposa de Tufão, ex-jogador de futebol famoso. Na segunda fase, Nina, que havia sido adotada por um casal argentino e se tornara uma excelente chef de cozinha, volta ao Brasil para executar seu plano de vingança. Enquanto essa trama central era enfocada, tramas menores, como a vida de alguns personagens que moravam em uma comunidade, se desenvolviam.

Ao se transpor essa estrutura básica de um enredo de teledramaturgia para o *Big Brother Brasil*, tem-se uma trama principal que será resolvida apenas ao término do programa, a exemplo das novelas, com a revelação do ganhador do prêmio em dinheiro. No que se refere aos conflitos provisórios, são criados e resolvidos a cada semana, a partir dos problemas de convivência existentes entre os participantes e das provas estipuladas pela produção e pelas eliminações.

A complementação dramática na televisão, que tem como base o diálogo, parte de elementos cênicos como a construção dos personagens, as locações, os cenários e mesmo os elementos simbólicos. Ainda são aliadas a música e a edição de imagens a esses aspectos. Tais recursos servem como palco e substituem as funções Épicas do narrador. Desta forma, é possível que o encadeamento dos acontecimentos seja mais inteligível por parte do espectador.

A estrutura do *Big Brother* no Brasil valoriza a construção de elementos tradicionais da teledramaturgia brasileira com a valorização dos diálogos entre os personagens de forma que os conflitos e intrigas sejam destacados. Assim como há nas novelas com as locações e cenários, o programa cria também ambientes temáticos na casa. Tais ambientes são criados, sobretudo, na área externa onde são desenvolvidas as festas. Nesta área ambientada, regada à música e bebida, ocorre grande parte dos fatos mais relevantes do programa como, por exemplo, um participante, após ter bebido além do que deveria, por estar alegre ou triste, beija alguém ou mesmo agride um colega de confinamento. Tais ações logo se tornam conflitos dramáticos, desencadeando fatos ao longo da semana com situações de maior ou menor intensidade. Esses fatos podem ser irrelevantes ou se tornam decisivos na construção de alguma intriga que perdurará até o final da atração.

A compreensão sobre a estrutura e constituição da teledramaturgia serviu de base comparativa na avaliação de quais elementos estão em interseção com as características do *reality show Big Brother Brasil*. O formato em capítulos, exibido diariamente no *reality*,

assim como nas novelas, é apresentado com dois ou três intervalos comerciais, os quais contam sempre com a modulação de forma a prender a atenção do telespectador para o que virá no próximo bloco, assim como a expectativa para o capítulo do dia seguinte. Outro aspecto importante é que, em todas as edições do *Big Brother Brasil*, há sempre uma trama central que chama maior atenção do público e, portanto, maior tempo de exibição por parte da produção durante o programa, sendo as tramas secundárias alvo de menor envolvimento, tanto por parte do público, como por parte da produção.

Outro aspecto já discutido anteriormente, mas que se faz oportuno pontuar é a sequência das cenas na construção da teledramaturgia. Em função da ausência de um narrador, é importante que as cenas sigam uma sequência histórica, sem que haja uma falta de continuidade temporal. Caso seja necessário remeter a algum fato do passado, o autor faz uso de recursos como o *flash-back* que permite, através de efeitos, que o espectador entenda essa imagem como algo do passado. Tais recursos de contextualização do telespectador são sempre utilizados pela direção do *Big Brother Brasil*, de forma que o telespectador possa ficar a par dos últimos acontecimentos da casa.

A partir da contextualização de quais elementos permeiam a teledramaturgia em seus diversos produtos, a exemplo das séries, minisséries e novelas, é possível perceber que no âmbito do formato, há uma relação de semelhança entre a teledramaturgia e o *Reality Show Big Brother Brasil*. Tal constatação se dá a partir de elementos como blocos comerciais, estruturas cênicas, presença de modulação e gancho, entre outros. No entanto, o objetivo deste estudo é identificar a presença de atributos que caracterizem a teledramaturgia no *Big Brother Brasil*, aspectos expostos nos tópicos a seguir.

2.2 TELEDRAMATURGIA E *REALITY SHOW BIG BROTHER BRASIL*

O uso de classificação dos programas por parte das emissoras é, conforme observado, um aspecto importante na comunicação com o espectador que entende, por meio desta classificação, uma “promessa” do que ele pode esperar de determinado programa.

Ainda assim o uso da classificação de obras literárias por gêneros parece ser indispensável, simplesmente pela necessidade de toda ciência de introduzir certa ordem na multiplicidade dos fenômenos. [...] Nos gêneros manifestam-se, sem dúvida, tipos diversos de imaginação e de atitudes em face do mundo. (ROSENFELD, 2011 p.17)

Embora em um primeiro olhar não seja possível identificar claramente quais seriam os pontos convergentes entre a teledramaturgia e um *reality show*, ao se analisar paralelamente e com maior atenção à estrutura destes dois gêneros, estes pontos se mostram com maior clareza, conforme avaliado oportunamente acima. É possível identificar na teledramaturgia, assim como nos *realities shows*, elementos como o arco central, a construção de personagens, a reviravolta, a geração de conflitos e o clímax.

Para a continuidade destes programas é fator fundamental a existência de um enredo, ou seja, de uma ideia principal que será alvo do encadeamento das ações. Na teledramaturgia, o foco deste enredo pode variar muito, desde temas como o amor, o ódio, o ressentimento, conquistas materiais, etc. Na esfera dos *realities shows*, o arco central, embora a princípio possa parecer o mesmo a cada edição, ou seja, a busca pela conquista da premiação objeto do programa, também pode sofrer variações a partir do comportamento e das ações protagonizadas pelos participantes. Neste caso, assim como as telenovelas, o *reality show* se configura como uma obra aberta, e também como a concretização desse arco central se desencadeia por uma série de acontecimentos no decorrer do programa. De acordo com Castro (2004, p. 145):

[...] cenário do jogo isola os jogadores – [...] em um mundo artificial, construído por uma casa cenário, e inacessíveis: disso decorre o tensionamento das relações interpessoais entre os participantes; o estabelecimento de relações afetivas e parcerias sexuais; a adequação forçada dos papéis actoriais discursivos aos diferentes ambientes e cenários.

Balogh (2002, p. 63), a partir da Teoria Narrativa de Groupe d'Entrevignes, define o enredo a partir de quatro fases principais. A primeira fase se refere à *manipulação* – para que o personagem seja levado à ação, é necessário que ele seja motivado por um desejo (querer) ou dever de fazer. Este desejo pode ser motivado por ele mesmo, o que se denomina de *automanipulação*, ou pode ser levado a ele por outro personagem, neste caso se denomina *destinador da manipulação*. A segunda etapa consiste na *qualificação*, ou seja, o sujeito da ação precisa ter a competência necessária para que a ação seja executada e o objetivo alcançado. Após a *qualificação*, a *ação* propriamente dita constitui o terceiro e mais importante momento da narrativa onde o sujeito executa as principais transformações que se relacionam diretamente com o percurso da história. No contexto da teledramaturgia, a ação, assim como a geração de conflitos e o uso da retórica se constituem em elementos essenciais deste gênero. Por fim, ocorre a *sanção*, que é uma espécie de julgamento sobre o contrato estipulado ou um “felizes para sempre”.

Colocando-se em contraponto a Teoria Narrativa de Groupe d'Entrevignes com a estrutura textual do *Reality Show Big Brother Brasil*, é possível identificar as quatro fases do enredo, as quais também estão presentes na teledramaturgia. A primeira fase, a *manipulação*, se dá no *Big Brother Brasil* em função da busca pela premiação. Tal fase, independente da edição, tem o mesmo fator motivador para todos os participantes, já que o discurso predominante é o desejo pelo prêmio em dinheiro. Se no *reality show Big Brother Brasil* o elemento motivador é o mesmo, na teledramaturgia podem-se envolver temas diversos, relacionados ao amor, vingança, ideologias, conquistas materiais entre outros. O enredo é construído tanto na teledramaturgia como no *Big Brother Brasil*, a partir fundamentalmente do segundo e terceiro elemento que se constituem na *qualificação* e na *ação*. A *qualificação*, atributos pessoais de cada participante, quando se trata do *reality show*, está relacionada à execução e cumprimento das provas impostas pela direção do programa. Outro aspecto importante é a capacidade de empatia que ele desenvolve junto aos seus colegas de confinamento, e, portanto, junto ao público. Desta forma, tanto o cumprimento das provas, como o bom relacionamento são atributos fundamentais para determinar a permanência dos mesmos no programa e por consequência a construção do enredo.

No caso do *Big Brother Brasil*, a *manipulação* e *ação* se misturam já que ao passo em que o participante se mostra capaz de cumprir as provas e não ser indicado ao “paredão” por seus colegas de confinamento, o curso da ação, ou seja, o percurso da história é construído. É possível que a qualificação na teledramaturgia possa ser percebida de forma mais clara a partir da construção da personalidade e características de cada personagem. Esta construção passa ao espectador, a ideia do que se pode esperar ou não de cada personagem no que se refere a atitudes e comportamento. Quanto à ação na teledramaturgia, embora exista uma força central que move os protagonistas, há ainda uma diversidade de temas que contempla os diversos núcleos tanto em telenovelas como em minisséries.

A *sanção* ou quarto e último elemento ocorre no *Big Brother Brasil* com a escolha do vencedor. O último programa da temporada é marcado por um show com artista de renome, a participação de todos os ex-confinados e uma retrospectiva dos três meses de convivência na casa. É criado um clima de glória depois de uma longa jornada. O vencedor e o vice são ambos vitoriosos e personagens de um final feliz. Há por parte do público, que é quem decide o vencedor por meio de votação, certo sentimento de justiça social em algumas edições.

Na primeira edição do *Big Brother Brasil*, o ganhador Kleber Bambam foi isolado pelos demais colegas de confinamento e criou uma boneca com materiais da casa. O participante a chamou de Maria Eugênia e a utilizou como companhia. Entre outros perfis

sociais que se tornaram vencedores do *reality* estão Rodrigo “Caubói”, (BBB 2) um rapaz do interior que demonstrou ter muita fé, e Mara (BBB6), uma auxiliar de enfermagem de origem humilde, que foi sorteada para participar da atração após se inscrever no programa por telefone. Na teledramaturgia, a *sanção* se estabelece predominantemente com a união de casais que permaneceram separados durante toda a trama, assim como a vitória da justiça sobre a injustiça, do bem sobre o mal. Mais uma vez é acionado assim como no *Big Brother Brasil*, o mecanismo de compensação.

Segundo Balogh (2002, p. 160), há uma diferença no perfil das novelas da Globo, emissora que mais se destaca na área da teledramaturgia no país, em função da sua tradição e quantidade e qualidade das novelas exibidas. Tradicionalmente, as novelas das dezoito horas da emissora são expressas pelo maniqueísmo entre o bem e o mal, e, após inúmeros obstáculos, o casal romântico protagonista conseguirá superar as dificuldades e ficar junto. As produções das dezenove horas são mais voltadas para o riso e deslocam o drama para “mero pano de fundo”. No horário nobre, reservado à novela das vinte e trinta horas, a emissora se permite tratar de temas mais fortes e polêmicos. Neste horário, as crianças teoricamente estão dormindo e assuntos como amor e sexo são abordados de forma mais enfática. Balogh (2002) pontua:

De certo modo, a novela das oito e meia passou a incorporar alguns temas “malditos” ou “polêmicos”, reservados no passado às novelas experimentais do horário das dez, na Globo. Os conflitos dramáticos tendem a ser exacerbados, sobretudo nos triângulos amorosos. (BALOGH, 2002, p. 162)

Neste contexto, é válido pontuar que o *Big Brother Brasil*, no que se refere a elementos textuais, acaba por se aproximar das características da teledramaturgia utilizada pela rede Globo em sua atração das oito e meia. Há sempre no *Big Brother Brasil*, independente da sua edição, a presença de temas marcantes e polêmicos como a homossexualidade, a honestidade, desigualdade social, traição. Tais temas são trabalhados pela edição e produção do programa, assim como na teledramaturgia, de forma que a atenção do telespectador seja voltada para este enredo.

Dentre os enredos polêmicos tratados pelo *Big Brother Brasil*, está o preconceito homossexual, como foi o caso de Jean Wyllys, já citado anteriormente. Outro enredo marcante foi o caso da babá Cida, ganhadora da quarta edição do programa. Cida entrou na atração por meio de um sorteio de cupons da revista “Quero ser um Big Brother” da Editora Globo. Humilde e tímida, Cida ficou deslocada dos demais participantes, mas com o passar

dos dias ficou mais próxima dos companheiros de confinamento e passou a adquirir novos hábitos. Aprendeu bons modos, algumas palavras em inglês e se vestiu melhor com roupas emprestadas das demais participantes. Ela foi a primeira mulher a ganhar uma edição do *Big Brother Brasil*. Nos *realities shows*, muitos destes acontecimentos não podem ser controlados tanto pela direção, quanto pelos participantes, o que acaba por gerar um clima maior de tensão. No entanto, embora a emissora não possa controlar os acontecimentos que constroem o enredo, ela acaba por manipular a construção da narrativa por meio da escolha das falas e da edição das imagens. Esta construção é feita também por papéis que os participantes precisam desempenhar nas provas e estrutura do jogo. Sobre este aspecto, Jost et.al (2008, p. 199) pontuam:

[...] a telerrealidade repousa sobre uma injunção contraditória: ao mesmo tempo em que convoca os candidatos a serem eles mesmos, ela priva-os da faculdade que lhes permitiria respeitá-la: a narrativa. O produtor faz os resumos, mas constrói também as experiências que provocam os comportamentos. [...]

Para Jost (2007, p. 135), os resumos diários de programas como o *Big Brother Brasil* sugerem que o telespectador irá escrever o roteiro. No entanto, ao espectador caberá apenas manter ou eliminar determinado candidato, enquanto o poder discursivo permanece nas mãos da direção do programa.

A estruturação do enredo é para Aristóteles (2004, p.48), “a imitação da acção, entendendo aqui por enredo a estruturação dos acontecimentos [...]”. Na teledramaturgia, o que é posto está subordinado ao texto criado pelo autor e pela atuação dos atores. Ao relacionarmos o enredo aos *realities shows*, tem-se a construção de um enredo realizado pela direção destes programas. Embora os fatos decorridos sejam frutos de ações executadas por pessoas que não são atores, a opção da direção por determinadas falas em detrimento de outras, assim como a escolha de situações que são apresentadas e impostas aos participantes, permite a elaboração deste enredo. Para Jost (2004), a habilidade na edição de imagens permite a elaboração de um relato:

Com a construção de um relato gravado, é suficiente apenas saber montá-lo habilmente, conferindo a ele cortes de teatro ou reordenações sabiamente dispostas como em qualquer cenário de ficção. Ainda assim, é necessário que o formato ofereça condições mínimas de relato, isto é, a possibilidade de evolução e transformação dos personagens. (JOST, 2004, p. 74)

A construção da cena, segundo Maciel (2003, p. 104), perpassa também pela composição das falas dos atores. Segundo o autor, “é também aceitável, ao fazer um roteiro

para a televisão, que você arme a cena sobre os diálogos, de maneira que as atividades venham por acréscimo, quase como um complemento, embora eficiente”. No caso do *Big Brother Brasil*, a *mise-en-scène* é estruturada a partir dos diálogos entre os participantes. Ao buscar criar uma atmosfera de realidade, a direção do programa mescla cenas gravadas, escolhidas previamente de acordo com a sua perspectiva de enredo, com cenas ao vivo. Sobre a edição de imagens dos *realities shows*, Jost destaca:

Para a produção, essa fórmula diferenciada tem muitas vantagens: da mesma forma que permite controlar os transbordamentos eventuais ou escolher mostrá-los ou não, ela facilita a construção de uma verdadeira dramaturgia, alternando a apresentação de cenas editadas com aquelas de duração real. Tudo isso se faz ao preço de um espaço temporal do qual o telespectador tem pouca consciência. (JOST, 2004, p. 71)

O “lugar” da construção dramática, de acordo Szondi, (2001, p.29), é o ato da decisão. Essa decisão é tomada na esfera do intersubjetivo e em função da ausência do narrador, ela é representada por meio do diálogo e de ações. Neste aspecto, os *realities shows* se constituem em um campo rico de análise, já que semanalmente os participantes são submetidos à necessidade da tomada de decisão que, muitas vezes, não são fáceis. Outro aspecto é que a partir de determinadas decisões estes participantes podem ser alvo de ‘retaliações’ que comprometem a sua permanência no jogo. A ação de tomar determinada decisão e a verbalização dessa decisão e os diálogos decorrentes da mesma geram no universo dos *realities shows* o contexto da teledramaturgia presente no objeto do nosso estudo, o *Big Brother Brasil 2015*.

Para Aristóteles, a tragédia também está relacionada aos aspectos interiores do ser humano. Segundo o autor, a compaixão e o temor desencadeiam a purificação.

A tragédia é a imitação de uma acção elevada e completa, dotada de extensão, numa linguagem embelezada por formas diferentes em cada uma das suas partes, que se serve da acção e não da narração e que, por meio da compaixão e do temor, provoca a purificação de tais paixões. (ARISTÓTELES, 2004, p.47)

É certo se encontrar tanto na teledramaturgia como nos *realities shows*, a existência de conflitos internos, elementos estes relacionados ao gênero dramático. O que aproxima estes programas da teledramaturgia é que, em ambos os gêneros, estes aspectos são colocados em destaque tanto na interpretação dos atores, como na edição das falas dos participantes. Segundo Maciel (2003, p. 34) “a trama dramática é mostrada através de cenas”. Tais cenas são nos dois gêneros, a materialidade entregue ao telespectador.

A elaboração de um conteúdo dramático perpassa pela construção dos personagens. Segundo Pallottini (1998, p.163), “Todo bom personagem (...) será afetado por conflitos internos.” Corroborando com a concepção de conflitos internos de Pallottini (1998), Maciel (2003, p. 79) afirma que o “personagem dramático é ação. Nós não o contemplamos na sua constituição ideal, mas no seu movimento, na sua mutação.” Para Lajos Egri (apud MACIEL, 2003, p. 75) são compostos por uma dimensão física, social e psicológica. A dimensão física corresponde à idade, sexo, altura, peso, cor da pele, dos olhos, postura. A dimensão social está relacionada à classe social, profissão, educação, vida familiar, posição na comunidade, opinião política, etc. A dimensão psicológica consiste nos padrões morais, moral, conduta, vida sexual etc. Ainda sobre a construção dos personagens, Pallottini (1998, p.145) conceitua como “aquilo que o dramaturgo criou no papel, mais os cenários que o circundam, as roupas que veste, o penteado criado para ele, as luzes que o iluminam, as cores pelas quais se optou, todos os signos a serem lidos e decifrados pelo espectador.”

Nas obras de teledramaturgia, estes personagens são concebidos a priori pensando-se no papel que ele irá desempenhar no enredo. A sua caracterização física, os elementos que irão permear sua contextualização social, assim como os aspectos psicológicos que irão nortear as suas atitudes são pensados de forma que ele tenha sua caracterização bem definida e uma condução coerente no desenrolar da trama.

O termo personagens pode a princípio soar estranho ao se pensar nos *realities shows*, uma vez que eles contam com pessoas reais como participantes. No entanto, é possível pensar na construção de personagens neste gênero a posteriori, ou seja, após o início do programa. As emissoras de televisão que veiculam *realities shows* destacam com a exibição diária dos programas, as características marcantes de cada participante. Este destaque é realizado por meio das edições de imagens que priorizam atitudes e comportamentos que se sobressaem, assim como as falas dos participantes e seus companheiros de confinamento, citando tais características.

Para Bastos (2004), a presença de atores sociais em *realities shows* transforma-os em atores discursivos que se constituem em personagens de uma novela:

A par disso, há outros tipos de jogos comunicativos ainda mais sofisticados, como os que ocorrem nos *reality shows*. Nesse caso, a televisão opera simultaneamente com atores sociais que ela transforma em discursivos, fazendo com que eles, nos textos-programa, representem a si próprios enquanto atores sociais, o que acaba em transformá-los em atores de uma novela, e participantes de uma superposição de atos comunicativos. Bastos (2004, p. 36)

Como forma de afirmação destes personagens, é comum na exibição dos programas de *realities shows* que a intimidade dos participantes seja mostrada, assim, ao ver como determinado participante se arruma, quais roupas e acessórios usa, como ele se comporta, essa caracterização se concretiza.

Outro elemento importante é a questão da repetição. De acordo com Balogh (2002, p. 91) a “serialidade implica o recurso reiterado a gêneros e formatos consagrados, a reiteração de fórmulas e esquemas que foram sendo sedimentados pela aceitação do público”. Neste contexto, o *Big Brother Brasil* se utiliza destes formatos já consagrados da televisão universal como ocorre nas obras de teledramaturgia cujos personagens seguem uma linha de comportamento pré-definida, estabelecendo a coerência que tal elemento desempenha na trama. Os participantes dos *realities shows* também são mostrados repetidamente, reforçando estas características. A Rede Globo de Televisão, detentora dos direitos do *Big Brother Brasil*, usa ainda o recurso da construção de pequenas histórias, onde os personagens do programa ganham nomes como, por exemplo, “Talinguaruda”, referindo-se à participante Talita, da décima quinta edição, que sempre fala demais e se mete em algumas conversas que não são “da sua conta”. Esses nomes adotados pela emissora são exibidos por meio de desenhos animados no decorrer da edição, reforçando sempre determinadas características que contribuem para a construção do personagem.

Este recurso remete mais uma vez ao que Renato Ortiz (1994 apud CASTRO, 2006, p. 35) coloca como “memória internacional popular” já abordado anteriormente. A repetição da caracterização dos personagens na teledramaturgia, como a dos participantes de *realities shows*, reforça no espectador o formato e a mensagem dos estereótipos, tão bem aceitos de forma universal. Assim, existirá sempre o bom moço, o engraçado, o anti-herói, dentre tantos outros personagens que são identificados na nossa sociedade como em diversos outros países, já que remetem a características globais.

No que se refere à construção de arquétipos seja na teledramaturgia, seja no *Reality Show Big Brother Brasil*, é válido pontuar:

Jung sustenta que, por baixo do inconsciente pessoal, descoberto por Freud em cada indivíduo, há uma parte mais fundamental da psique humana que é comum a todos os homens, em todos os tempos e lugares, uma espécie de herança psicológica comum a toda humanidade. Em 1934, ele escreve que “o inconsciente contém não apenas componentes pessoais, mas também impessoais, em forma de categorias, ou arquétipos”. Esses arquétipos se expressam através de símbolos que se manifestam nos sonhos de todos nós e nos mitos de todas as tradições culturais. (MACIEL, 2003, p. 62)

A determinação do perfil de cada personagem impacta no destaque que ele terá, tanto na teledramaturgia, em que muitas situações os papéis são definidos anteriormente, como no *reality show* no qual essa personificação tem como base ainda as atitudes, e é feita no decorrer do programa, ora de forma evidente, ora disfarçada.

Outro aspecto comum aos dois gêneros é a presença clara da reviravolta. Nos dois gêneros, a reviravolta ocorre várias vezes ao longo do enredo para que apenas ao final haja um desfecho. O recurso da reviravolta se relaciona à situação em que os personagens, assim como os participantes encontram-se nos vários estágios da teledramaturgia e do jogo. Na teledramaturgia, um personagem principal pode acreditar ser culpado por algo e uma informação pode lhe mostrar o contrário, assim como tantas outras situações podem ser criadas de forma que o rumo da trama seja modificado.

[...] o personagem pode atravessar todo o curso do enredo à margem, para, fundamentalmente agir no final, mudando os acontecimentos. Ou, em outros casos, ele aparece fortemente delineado no princípio, determina os acontecimentos iniciais e depois se mantém à parte, invisível, fazendo-se representar por sinais simbólicos de todo tipo: cartas, mensagens, telefonemas, imagens fugidas, etc.) (PALLOTTINI, 1998, p.159)

Nos *realities shows*, a reviravolta pode se dar por meio de informações que mudem as estratégias e as ações dos participantes, assim como pelas provas que eles são obrigados a executar semanalmente. Tais provas podem os deixar em situações confortáveis ou não.

O recurso da reviravolta se faz presente como uma estratégia de gerar a curiosidade do espectador, fazendo com que o mesmo acompanhe e esteja atento ao desenrolar do enredo. Aliado à reviravolta, é utilizado ainda o recurso de modulação que possibilita que o problema composto no capítulo anterior seja recuperado no início do capítulo seguinte. Tal recurso permite a linearidade do enredo. Além disto, as questões propostas são solucionadas e é gerado novo gancho. “A tensão começa alta, procura-se expor mais longamente, talvez, e resolver a questão apresentada no fim do capítulo anterior. Tendo isso feito, passa-se a outros assuntos.” (PALLOTTINI, 1998, p.99)

Embora a teledramaturgia e os *realities shows*, a exemplo do *Big Brother Brasil*, se apoiem de forma prioritária na geração de conflitos, é necessário que existam momentos de menores tensões. Nestes casos, personagens secundários ou participantes que não se destacam no jogo cumprem um papel importante. Eles permitem que a trama principal possa ser sustentada. Desta forma, os diálogos de participantes dos *realities shows*, que normalmente não se destacam na liderança das ações e estratégias, são utilizados como forma de “relaxar” o

espectador. Neste sentido, a teledramaturgia busca utilizar ainda um núcleo cômico, que traga ao espectador momentos de descontração e riso. Na edição ora analisada, o núcleo cômico do *Big Brother Brasil* foi composto por Adrilles e Mariza. Fora dos padrões convencionais de beleza, os dois participantes se consideravam inteligentes e não conseguiam muito interagir com a maior parte do grupo, que classificavam como vazios e sem muito conteúdo. Poeta, Adrilles sempre tinha frases engraçadas e críticas na ponta da língua. Mariza, meio atrapalhada, cumpria um pouco o papel de mãe do seu colega e juntos, foram protagonistas de várias cenas engraçadas. A respeito desta oscilação entre elementos de excitação e tranquilidade na teledramaturgia, Maciel (2003) pontua a estrutura da curva dramática tradicional:

A estrutura dramática tradicional corresponde à curva dramática, suas partes são seus diferentes momentos. O estado de repouso da curva corresponde à primeira parte, a exposição; a ruptura de equilíbrio é o ataque, ou catalisador da ação; a ascensão da curva corresponde à parte de complicação, ou desenvolvimento nuclear da trama; o auge da curva é o clímax e sua porção descendente corresponde à resolução, ou desfecho. (MACIEL, 2003, p. 53)

Outro ponto é o que Pallottini (1998, p.96) chama de “respirar”. A autora coloca a necessidade de cenas externas para tirar do público a sensação claustrofóbica das repetidas cenas em estúdio. Nos casos dos *realities shows*, o efeito da “respiração” muitas vezes é proporcionado por festas que ocorrem semanalmente, ou mesmo pela execução de provas em ambientes externos, sendo estas com menor frequência.

Como é possível observar, há uma forte interseção entre aspectos que permeiam o *Big Brother Brasil* e o formato utilizado pela teledramaturgia. Embora em um primeiro momento o recurso da mostração utilizado pela direção não possibilite ver essa relação entre os dois gêneros de forma tão clara, o caráter de mediação está presente em diversos aspectos, seja na escolha dos enquadramentos, dos diálogos, ou da trilha musical, entre outros elementos. Para Bastos (2004, p. 80) “está-se frente a uma construção de linguagens, não mais ao real, mas a uma realidade discursiva.” No próximo capítulo, buscou-se analisar os elementos da teledramaturgia desta realidade discursiva.

3. *BIG BROTHER BRASIL 2015 E A TELEDRAMATURGIA*

O *Big Brother Brasil* é um produto criado pela empresa Endemol e importado pela Rede Globo de Televisão. A primeira edição do programa no país foi ao ar em janeiro de 2002 e contou com doze participantes. Naquele mesmo ano, uma segunda edição foi exibida em maio e a partir de então o *Big Brother Brasil* passou a constar na grade de programação anualmente, com seu início sempre nos meses de janeiro.

O nome *Big Brother* se relaciona ao livro 1984, escrito por George Orwell, no qual o Grande Irmão, ditador, tudo via e controlava a sociedade por meio das teletelas⁵ na fictícia Oceania. No *reality show Big Brother*, a figura do grande irmão é representada, além do público, pelo apresentador que, na versão brasileira, conta com o jornalista Pedro Bial desde a primeira edição dos programas até os dias atuais. O diálogo que os participantes estabelecem com o apresentador consiste na única forma de contato que os mesmos têm acesso ao mundo exterior. Essa é a ideia que se quer passar ao telespectador. O tema do livro de George Orwell abrange, além de uma sociedade totalmente controlada por princípios ditatoriais, a ideia de nada escapa aos olhos das teletelas. Neste contexto, o programa *Big Brother* também se utiliza do recurso técnico de milhares de câmeras, localizadas estrategicamente na casa, para que nenhum campo de visão seja perdido. Desta forma, o programa passa ao espectador a concepção de que este tem o poder absoluto de observar onde e quando quiser. Além da versão editada para a tevê aberta, o programa é exibido ainda em *pay-per-view* pelo *Globosat Play* para assinantes de tevê a cabo e pelo site *Globo Play*.

O formato do *Big Brother* consiste no confinamento de um número determinado de participantes que, no Brasil, ao longo de suas dezesseis edições, esse número variou entre doze e vinte participantes a cada edição. Os participantes são escolhidos pela produção do programa por critérios até então não divulgados. Vigidos vinte e quatro horas por dia, os confinados não podem ter notícias do que ocorre fora da casa, onde permanecem na edição brasileira por um período aproximado de três meses. Os participantes podem desistir do jogo a qualquer momento. Para os que continuam na disputa, são impostas semanalmente provas, a exemplo da prova do Líder, em que o vencedor ganha o benefício de indicar um participante ao Paredão, que representa a eliminação por parte do público, além de poder desfrutar do Quarto do Líder, um quarto separado da casa, com hidromassagem, petiscos e direito a uma

⁵ Nome atribuído às televisões que vigiavam os moradores da fictícia Oceania.

sessão de cinema. O Líder faz a sua indicação na sala da casa, na frente dos demais participantes. Estes se dirigem ao Confessionário para votar em quem desejam e justificar seu voto. A votação para indicação dos participantes que estarão no Paredão ocorre em situações normais aos domingos e a eliminação normalmente às terças-feiras. A decisão de quem permanece ou sai do programa é feita sempre pelo telespectador que vota por meio do *site* do programa, ligações telefônicas e mensagens por SMS. Além da prova do Líder, os participantes disputam ainda a Prova do Anjo, em que o ganhador por meio de um colar que representa a imunidade, pode imunizar um colega de confinamento, de forma que este não seja indicado ao Paredão. O Anjo recebe ainda um presente que normalmente consiste em uma carta ou mensagem da família, embora não seja regra. Ao vencer a prova do Anjo, o participante é incumbido de indicar colegas de confinamento para cumprir alguma prova ao longo da semana. Essa indicação é denominada pela produção do programa por “Monstro” e utilizada como forma de geração de conflitos, uma vez que os escolhidos para cumprir as tarefas do “monstro” acabam, em sua maioria, por não aceitarem de forma positiva a indicação. O caráter conflituoso proporcionado pelo Anjo pode ser constatado por meio das imagens da vinheta que caracteriza a prova.



Figura 3: vinheta do Anjo – Parte 1
Fonte: Big Brother 2015



Figura 4: vinheta do Anjo – Parte 2. O Anjo se transforma em Monstro.
Fonte: Big Brother 2015

Além da Prova do Líder e Prova do Anjo, os participantes disputam ainda a Prova da Comida que consiste na separação de dois grupos dentro da casa, recebendo o grupo vencedor (denominado “Tá com tudo”) estalecas, que é a moeda vigente na casa, para que possa fazer a feira semanal. O grupo que perde é conhecido como “Tá com nada” e recebe punição de uma alimentação restrita, à base de feijão, arroz, ovo e doce de goiaba. Em várias edições, foi possível constatar que a ausência de uma alimentação mais completa desestabiliza

emocionalmente os confinados, o que, em algumas situações, pode gerar conflitos. No *Big Brother Brasil* 15, edição ora analisada, o participante Luan estava no grupo do “Tá com nada” e comeu escondido um *nugget*, o que provocou uma punição por parte da produção que retirou os alimentos da casa e colocou todos os participantes na dieta do “Tá com nada”.

A partir da oitava versão do programa foi instituído o *Big Fone*. Um telefone é instalado na casa e a qualquer momento ele pode tocar com uma notícia boa (como a imunidade ou poder de indicação de um participante) ou uma notícia ruim, a exemplo de uma ida direto ao paredão. Normalmente os participantes que atendem ao *Big Fone* não podem revelar o que ouviram até o domingo quando ocorre a votação oficial. Outro recurso fixo utilizado pelo *Big Brother Brasil*, desde a sua décima segunda edição, é o Poder do Não, quando semanalmente o Líder decide quais participantes não disputarão a prova de liderança. O número de participantes a ser excluído pelo Poder do Não é sempre indicado pela produção do programa. Ainda sobre a atração, a Rede Globo de Televisão veicula programetes ao longo do dia, no intervalo dos seus programas, em que costuma mostrar a opinião e a torcida da população pelos participantes. Os programetes eram chamados “De olho no *Big Brother Brasil*” e, em 2016, passaram a ser nominados “*Selfie Big Brother Brasil*”.

O *Big Brother Brasil* em sua décima quinta edição, objeto deste estudo, contou com catorze participantes sendo sete homens e sete mulheres. O programa foi ao ar no dia 20 de janeiro de 2015 e a grande final foi veiculada no dia 07 de abril de 2015. Embora a macroestrutura da atração seja a mesma de edições anteriores, o confinamento dos participantes em uma casa, no período de três meses, com o objetivo de ganhar uma premiação em dinheiro, na edição de 2015, foram inseridos novos elementos geradores de tensão.

O primeiro elemento gerador de conflitos desta edição foi à entrada de duas novas participantes – Júlia e Aline - no segundo dia de confinamento. A participante Aline entrou primeiro e, após todos a conhecerem, Júlia entra na casa. Ao colocar duas novas competidoras no programa, a emissora estimulou o público a votar e decidir quem deveria permanecer na casa e entrar na disputa pelo prêmio de R\$ 1,5 milhão. As duas moças entraram quando seus colegas de confinamento já estavam entrosados. Além de gerar o medo pelo novo e desconhecido em quem já estava dentro da casa, esse elemento inesperado mudou o enredo que estava se construindo no programa, antes mesmo de completar as suas primeiras vinte e quatro horas. Os rumos caminhavam para a formação de um casal entre Amanda e Fernando, mas a chegada de Aline, escolhida pelo público para continuar na casa, mudou o enredo e foi

de fundamental importância para a construção do arco central desta edição. Tal fato será analisado detalhadamente adiante.

Diferentemente dos programas anteriores, em que a beleza e atributos físicos dos participantes aparentemente eram um pressuposto para a escolha dos mesmos, na décima quinta edição do *Big Brother Brasil*, os perfis físicos dos candidatos eram mais simples e mais próximos de pessoas comuns, que normalmente se encontram nas ruas das cidades. Dentro deste contexto, a inserção das duas novas participantes foi claramente uma estratégia utilizada como geradora de tensão, uma vez que se tratava de mulheres que se enquadravam dentro de um padrão midiático de beleza. Júlia e Aline eram altas, magras, com longos cabelos loiros. Assim, ao verem as novas participantes, os homens da casa se desdobraram em atenção e as mulheres se mantiveram um pouco mais retraídas. Talita e Amanda, que estavam ‘paquerando’ expressaram visualmente, mesmo que de maneira discreta, a insatisfação com a situação.



Figura 5 – Júlia e Aline
Fonte: Big Brother 2015

Outro elemento novo inserido como gerador de tensão foi o “*Você no controle*”, uma estratégia de participação do público em que, a cada semana, os espectadores decidiam sobre algum novo aspecto que mudaria as regras do jogo. O Propósito do *Você no Controle* era o de desestruturar as estratégias dos participantes uma vez que ele se relaciona sempre a aspectos de voto ou formação do paredão. Desta forma, o público poderia decidir se o voto seria aberto, na frente de todos, de forma contrária ao que é feito normalmente no confessionário, ou ainda se o líder deve votar depois dos demais, o que também fogia da regra. A inversão

destas normas, muitas vezes, acabava por gerar nos confinados uma sensação de instabilidade, além de invalidar algumas estratégias pré-estabelecidas. Embora o nome do novo elemento gerador de tensão no programa seja *Você no Controle*, os espectadores não tinham o controle sobre o que aconteceria, pois a escolha do aspecto “controlado” era feita em algumas situações, antes mesmo que se soubesse quem era o líder, anjo ou etc.



Figura 6 – Frame da vinheta “*Você no controle*”
Fonte: Big Brother 2015

É válido observar que tanto na vinheta do *Você no Controle*, quanto na do *Anjo*, o mascote do *Big Brother Brasil* é apresentado de forma a representar o bem e o mal. São colocados os dois mascotes, lado a lado, de forma a ressaltar as suas diferenças. O Bem é representado pelo mascote de cores azul e branca, que transmitem paz e tranquilidade e estão em harmonia com as cores do programa. O comportamento deste mascote também é natural e passa ao espectador uma sensação de bem-estar. O Mal está presente nas cores preta e vermelha do segundo mascote. Seu olhar é indireto e dissimulado, dando a ideia de ódio ou de perigo. Entende-se que a direção do programa busca utilizar a dicotomia entre o bem e o mal, que perpassa pela natureza humana, uma vez que não somos, em nossa totalidade, apenas bons ou apenas maus, como estratégia para gerar identificação com os espectadores.

Essas estratégias da direção são constantes por criarem situações que, direta ou indiretamente, desestabilizem os participantes do programa, contribuindo assim para que o drama seja vivenciado no interior da casa. É possível constatar que, a cada semana, tais elementos acabam por desencadear situações que tanto contribuem para a construção da teledramaturgia por meio do programa, através dos conflitos vivenciados em seu interior, como contam paralelamente o enredo construído seja a partir dos fatos, seja pela ótica da direção. A desestabilização de uma estratégia traçada por um confinado que não deu certo, o desgaste de ter que cumprir a tarefa de um *monstro* e a exposição do voto fora do

confessionário, dentre outras situações, dão origem não apenas ao conflito interno, como também o discurso, a materialização deste conflito e a retórica de quem foi alvo do mesmo. Há por parte da direção, em função destas situações, a construção da teledramaturgia com a escolha de planos, cenas e ângulos que constroem esse enredo. Neste contexto, é importante chamar a atenção para o trabalho desenvolvido pela edição de imagens na constituição da trama que será entregue ao espectador. O que é mostrado e como é mostrado ao público, perpassa pelos objetivos de comunicação da produção, ressaltando ou desvalorizando determinadas situações. A construção deste enredo, assim como os elementos de teledramaturgia constantes no *Big Brother Brasil 2015* serão analisados nos tópicos seguintes.

3.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E CATEGORIAS DE ANÁLISE

Para que fosse possível analisar a décima quinta edição do *Big Brother Brasil*, realizou-se a decupagem de cena a cena dos setenta e oito programas que foram ao ar no ano de 2015. Por meio de tal procedimento, é possível realizar um recorte dos fios narrativos de forma a entender quais as cenas de maior relevância na construção do arco central, assim como identificar em quais destas cenas os aspectos relacionados à teledramaturgia se fizeram presentes.

Ao buscar analisar os elementos da teledramaturgia no *Big Brother Brasil 15*, recorreremos inicialmente às teorias que envolvem a construção do drama enquanto gênero e como este se comporta na esfera do audiovisual. Estabeleceram-se como categorias de estudo, na presente dissertação, a formação de personagens, as estruturas cênicas e os fios narrativos constantes no programa, entendendo-se que estas categorias se constituem como base na elaboração da teledramaturgia, e atendem ao propósito desta dissertação de forma objetiva.

3.1.1 Construção dos Personagens

A construção dos personagens na teledramaturgia passa fundamentalmente pela decisão do autor sobre o papel que cada elemento terá na constituição do enredo. A forma de se portar, de falar, sua aparência física, contexto social são apenas alguns dos elementos que são definidos e trabalhados a priori, antes mesmo do produto audiovisual ser gravado. Tal caracterização é divulgada como uma estratégia de lançamento do produto, visando uma

identificação por parte do espectador, de quais serão os personagens e do que poderão esperar destes personagens.

Sobre este trabalho de caracterização Pallottini, pontua:

[...] pela apresentação física do personagem e seu suporte (o ator); pelo nome que lhe é dado; pelas coisas que esse indivíduo criado faz e diz; pelas coisas que fazem e dizem os demais a respeito dele – portanto, pelas suas falas, atitudes e ações -; e por esses mesmos recursos utilizados pelos coadjuvantes. Nesse conjunto, uns explicam os outros e a interação explica a todos. (PALLOTTINI, 1998, p.65)

Um trabalho de estratégia comunicacional, similar ao que é desenvolvido no lançamento de produtos de teledramaturgia, é realizado pela emissora Globo no período que antecede o início do *Big Brother Brasil*. Durante a programação, são exibidas vinhetas em que os participantes falam sobre suas características. Desta forma, a direção da atração busca aproximar o espectador dos novos participantes.

A construção dos aspectos, que envolvem a personalidade dos participantes do *Big Brother Brasil*, é feita no decorrer dos programas. Tal fato ocorre porque, nos primeiros dias de exibição do programa, ainda não é possível por parte da produção, identificar traços marcantes e recorrentes dos participantes que permitam uma determinada caracterização. Ao nosso olhar, embora os participantes não sejam atores, essa caracterização acaba por transformá-los em personagens no percurso do programa.

Ainda de acordo com Pallottini, as escolhas da produção sobre quais imagens e ângulos serão utilizadas, expressões faciais, formas de reagir auxiliam na caracterização do personagem.

Portanto, a forma como a equipe produtora de um evento televisivo seleciona as imagens serve, entre outras coisas, para caracterizar o personagem: sua aparição mais ou menos freqüente no vídeo, as expressões faciais (...) seus tiques ou maneiras peculiares de reagir, os ângulos de fotografia, o tempo, o ritmo e a intensidade da aparição. O personagem é marcado, inclusive, por um tema musical constante, ou por um som repetido a cada aparição, que lhe dá o caráter e se associa a ele. (PALLOTTINI, 1998, p.66)

As características pessoais dos participantes do *Big Brother Brasil* 15 foram ressaltadas pela produção por volta da terceira semana de exibição. É possível que este tempo tenha sido necessário para que cada participante, a partir da convivência com o grupo, pudesse demonstrar quais são os pontos físicos, de personalidade ou de comportamento que se destacam. Desta forma, ao trabalhar a categorização dos participantes como personagens, a produção acabou por não realizar este trabalho com aqueles que saíram do programa nas três

primeiras semanas. A caracterização dos personagens acaba por gerar identificação no espectador, seja pela simpatia que ele nutre por determinado perfil, seja ativação do que Renato Ortiz (1994 apud CASTRO, 2006, p.31) designa como “memória internacional-popular” baseada na recordação de personagens estereotipados da literatura infantil e adulta, como o anti-herói, a mulher fatal, o ingênuo.

A caracterização dos participantes da décima quinta edição, por parte da produção, se deu com base na veiculação quase que semanalmente de histórias construídas a partir dos relatos dos próprios participantes. Na elaboração destas histórias, o nome dos participantes era trocado por nomes atribuídos pela direção do programa, baseando-se tanto em características físicas, como psicológicas dos integrantes do programa. Considera-se, então, que uma vez realizado esse trabalho de personificação, e reforçado em diversos momentos ao longo do programa, há um esforço da produção em estabelecer personagens dentro do *reality*. No que se refere à construção destes personagens no *Big Brother Brasil 15*, é possível destacar a seguinte constituição:

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Adrilles 40 anos Escritor Belo Horizonte – MG	Adrilles recebeu da produção do programa o nome de “Zacarilles”, uma alusão a Zacarias, ex integrante dos Trapalhães. As falas de Adrilles em muitos momentos foram marcadas por aspectos engraçados e junto com Mariza eles protagonizaram certo alívio cômico.
		

Figura 7 – Reforço da imagem de Adrilles como “Zacarilles”
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Aline 24 anos Design de Interiores Belo Horizonte - MG	Aline foi nominada pela produção como “Ahãline”. A partir do que foi exibido, Aline não tinha opinião própria e se limitava a concordar com as colocações de Fernando, seu namorado dentro da casa.



Figura 8 – Reforço da imagem de Aline como Ahãline
Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Amanda 28 anos Empresária São Paulo – SP	Amanda recebeu o apelido de “Apanda” em função das grandes olheiras que a participante tinha.



Figura 9 – Reforço da imagem de Amanda com “Apanda”
Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Angélica 33 anos Auxiliar de Enfermagem Embu das Artes - RJ	Assim como Amanda, Angélica recebeu um nome da produção a partir da sua característica física. Pelo fato de raspar o cabelo, a produção a chamava de “Angelicareca”.



Figura 10 – Reforço da imagem de Angélica como “Angelicareca”
Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	César 30 anos Estudante de Direito Guarapuava - PR	O participante César não costumava combinar votos com seus colegas de confinamento e acabou isolado por todos os grupos da casa ao longo do programa. Por este motivo a produção o nomeou de “Cezinha sozinho”.



Figura 11 – Reforço da imagem de César como “Cezinha Sozinho”
Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Douglas 29 anos Motoboy São Paulo - SP	A caracterização dos personagens se iniciou na terceira semana de confinamento. Como o participante foi eliminado na segunda semana não houve tempo para essa construção.

Figura 12 – Não houve reforço da imagem de Douglas

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Fernando 32 anos Produtor Cultural Rio de Janeiro - RJ	Fernando protagonizou junto com Aline e Amanda o triângulo amoroso que desencadeou o enredo do BBB 15. Por se tratar do homem mais desejado da casa segundo as participantes, a produção o classificou como “Ferlindo”. O nome escolhido remete tanto ao nome do participante como ao nome felino. A palavra lindo também se destaca.



Figura 13 – Reforço da imagem de Fernando como “Ferlindo”

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Francieli 36 anos Conciliadora Criminal Porto Alegre - RS	Assim como Douglas, Francieli foi eliminada no início do programa, na primeira semana e não foi caracterizada pela produção.

Figura 14 – Não houve reforço da imagem de Francieli

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Luan 23 anos Gerente de Salão de Beleza Mesquita - RJ	O participante Luan foi mostrado ao longo do programa em várias situações constrangedoras. Em duas delas ele pegou comida escondido quando era proibido. Em uma terceira fez um comentário racista afirmando que todo negro rouba. A produção do programa o nomeou de “Luan Sacana”



Figura 15 – Reforço da imagem de Luan como “Luan Sacana”. A segunda foto mostra o participante pegando um pacote de pão e escondendo dentro da roupa.

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Marco 35 anos Teólogo Curitiba - PR	Eliminado na terceira semana, Marco também não foi caracterizado pela produção do programa.

Figura 16 – Não houve reforço da imagem de Marco

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Mariza 51 anos Professora de Artes Recife - PE	Mariza recebeu da produção o nome de “Marilouca”. Com um comportamento por vezes inusitado, Mariza se pintou de índia no dia em que ia disputar sua permanência no programa em um Paredão. Seus colegas de confinamento riram da participante, que explicou a Adrilles, seu companheiro na casa, que os índios se pintam em dia de guerra.



Figura 17 – Reforço da imagem de Mariza como “Marilouca”

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Rafael 21 anos Estudante de Administração Vitória - ES	Rafael, tido pelos seus colegas de confinamento como um “bom moço”, recebeu da produção o nome de “Rafagol” já que fora da casa também jogava futebol e por muitas vezes vencia as provas da casa.

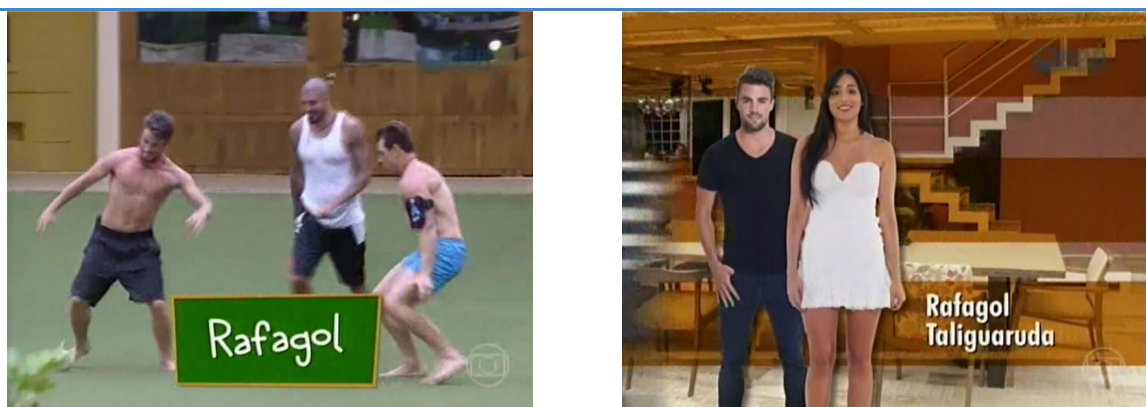


Figura 18 – Reforço da imagem de Rafael como “Rafagol”

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Talita 22 anos Aeromoça Goiânia - GO	Talita namorou com Rafael durante o programa e costumava sempre falar o que pensava, além de muitas vezes opinar na vida dos demais participantes do jogo. A produção a classificou de “Talinguaruda”.



Figura 19 – Reforço da imagem de Talita como “Talinguaruda”

Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

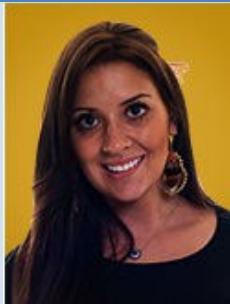
<u>Participante</u>	<u>Perfil</u>	<u>Construção do Personagem</u>
	Tamires 24 anos Cirurgiã-dentista São Paulo - SP	Tamires tem boa relação com todos os participantes da casa e busca sempre não entrar em conflito com seus colegas de confinamento. A participante diz que tal comportamento faz parte de sua personalidade e é apelidada de “Tanamires” pela produção. Tamires desiste do jogo e sai do programa no quadragésimo oitavo dia de confinamento.
		

Figura 20 – Reforço da imagem de Tamires como “Tanamires”

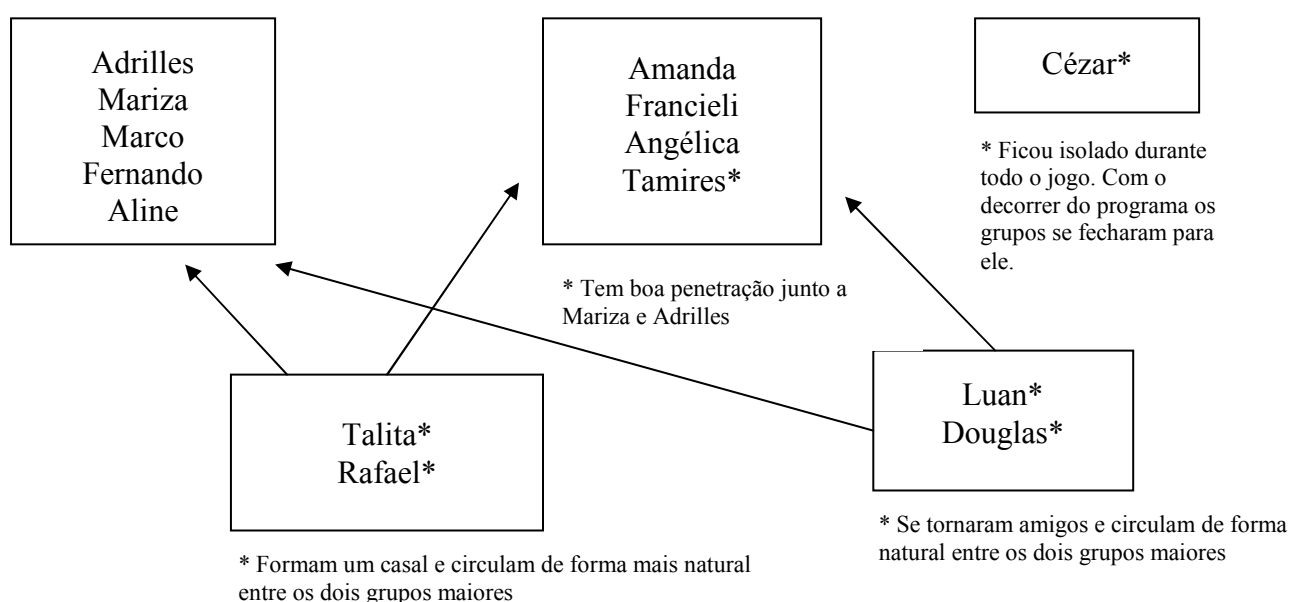
Fonte: *Big Brother Brasil* 2015

O *Big Brother Brasil* enquanto *reality show* dispõe de estratégias de mobilização da estória que se assemelha à teledramaturgia. É possível identificar igualmente ao formato de novelas a formação de núcleos dramáticos. No entanto, no *Big Brother Brasil*, estes núcleos se estruturam após o início da atração, e não antes como ocorre com a teledramaturgia. A partir do que é mostrado, esta estruturação se dá por meio de um agrupamento natural em função da afinidade dos participantes, após alguns dias de convivência, e vai obter maior ou

menor importância dentro do enredo em função dos fatos ocorridos ao longo do programa. Tendo como princípio a construção do enredo da décima quinta edição e a apresentação acima dos participantes, colocados pela emissora como personagens, estes foram estruturados em núcleos. Embora se compreenda que os participantes sejam atores sociais, estes se referem ao gênero *reality show*, ou seja, fazem parte de uma realidade construída dentro da mídia como se fosse a própria realidade, a estruturação em núcleos nos permitirá visualizar melhor a composição do enredo.

Figura 21

Divisão dos núcleos do Big Brother Brasil 2015 na primeira semana do programa



Adrilles “Zacarilles” e Mariza “Marilouca” eram exibidos pela atração como uma forma de alívio cômico para o estresse vivenciado em muitos momentos do programa. Adrilles dizia que ele e sua colega Mariza, eram da “Tribo dos esquisitos” já que eles estavam fora do padrão de beleza midiático e de comportamento dos seus colegas de confinamento. Mariza, uma Pernambucana de 51 anos, que não pauta suas ações pelos padrões da sociedade, sentiu grande dificuldade de se entrosar na casa e encontrou em Adrilles seu maior companheiro. Adrilles, por sua vez, cultuava seu amor platônico por Tamires. Os dois participantes costumavam permanecer pouco tempo nas festas e depois se recolher na sala onde permaneciam conversando. Marco, um teólogo de formação, tinha um perfil mais reservado e buscava analisar o jogo de forma muito estratégica. Fernando, “Ferlindo”, considerado o galã pelas participantes do programa, atraiu a atenção de Amanda e Aline “Ahãline” e optou por ficar com Aline depois de várias situações de intrigas criadas por

Amanda e Angélica. O personagem proposto pelo programa para Aline era de uma moça calma, que falava pouco e concordava muito com o que seu namorado Fernando dizia. Nas primeiras semanas do programa estes participantes estavam mais próximos e conversavam entre outras coisas sobre estratégia de jogo e sobre quem poderia ser indicado ao Paredão.

Amanda foi posta como “Apanda”. Em uma leitura mais geral, entende-se esta classificação em função das enormes olheiras que a participante tinha. Tal marca física formava em baixo dos olhos um círculo que visualmente remetia a um animal panda. Ao entrar na casa, Amanda logo se interessou por Fernando e durante toda a sua permanência no programa passou a ter o colega de confinamento como foco. As pessoas que estiveram mais próximas de Amanda nas primeiras semanas de programa foram Francieli, primeira eliminada, Angélica e Tamires. Angélica, classificada com “Angelicareca”, era mostrada como alguém de temperamento forte, que buscava impor sua opinião sobre os demais. Tal comportamento lhe causou a indicação para o Paredão por parte de Fernando, cansado das críticas da participante ao seu romance com Aline. Angélica foi eliminada no Paredão em que foi indicada por Fernando. Inversamente proporcional a Angélica, Tamires colocada pela produção como “Tanamires” sempre que podia se esquivava de brigas e de assuntos que precisasse se posicionar. A participante sempre chorava por não conseguir ter êxito nas provas e por acabar descontando suas frustrações na comida. Tamires engordou durante a atração e deixou o programa no quadragésimo oitavo dia de confinamento. As três amigas, assim como o grupo de Fernando também se articulavam para fazer indicações ao Paredão.

O programa contou ainda com duas duplas que circularam bem entre os dois maiores grupos da casa: grupo do Fernando e grupo da Amanda. A primeira dupla era formada pelo casal Rafael e Talita. De temperamento forte, Talita foi nomeada pela produção como “Talinguaruda”, pois dizia sempre o que pensava e por algumas vezes acabava por terminar envolvida em discussões por causa disso. Rafael, seu namorado, tinha o temperamento mais calmo e sempre vencia muitas provas, por isso recebeu o nome de “Rafagol”. Rafael e Talita ainda conversavam sobre voto com os dois grupos, embora não combinassem votos especificamente. Outra dupla, formada por Douglas e Luan, não revelou quais eram suas opções de votos para os demais grupos, embora circulasse entre eles. Douglas saiu na segunda semana de confinamento e não teve um perfil bem definido pela produção do programa. Luan, que permaneceu na casa durante boa parte da atração, foi intitulado como “Luan Sacana”. O participante costumava rir dos colegas de confinamento quando estes estavam em situação difícil como, por exemplo, quando Fernando estava tomando banho e a água foi cortada. Luan ainda mostrava o que estava comendo aos participantes do grupo “Tá com nada” quando eles

só podiam comer arroz, feijão, ovo e goiabada. Além desse comportamento, no início do programa Luan embora seja negro, fez o comentário racista de que “todo negro rouba” e infringiu as regras da casa no que se refere à alimentação por duas vezes. Na primeira, ele estava no grupo “Tá com nada” e comeu um *nugget*, na segunda, ele levou chicletes da festa e comeu na casa.

César, um estudante de direito aparentemente humilde, buscava se expressar da forma mais culta possível muitas vezes através de palavras criadas do seu próprio vocabulário como “inebriante seducência”. Classificado pela produção como “Cezinha Sozinho” o participante permaneceu durante todo o programa a maior parte do tempo sozinho, se dividindo entre atividades diárias de leitura, academia, sauna e piscina. A estratégia de César era não combinar votos e não se aliar a grupos. O participante era sempre escolhido para revelar seu voto aos domingos, pelos colegas de confinamento que podiam escolher um voto a ser revelado.

3.1.2 Estruturas cênicas

O *Big Brother Brasil* refere-se a um programa classificado como *reality show*. Desta forma seu percurso transcorre dentro de uma casa que conta com estrutura básica de dois quartos, além do quarto do Líder, uma sala, cozinha e uma grande área externa com academia, sauna e piscina. A área externa é muito utilizada ainda pela produção para as provas do programa, a exemplo das provas do Anjo, da comida e do Líder. Semanalmente as Festas da casa também ocorrem nesta área e por consequência, grande parte dos principais acontecimentos da casa.

Entende-se que a área externa é utilizada pela produção do programa como uma espécie de estrutura cênica. Tal avaliação se dá em função de toda a preparação realizada pela direção nesta área quando são realizadas as provas, onde um cenário é montado para que os participantes desempenhem um papel, ou seja, saiam vencedores ou perdedores das provas. Outro investimento por parte da produção neste espaço se dá em função das festas. Em sua maioria, as festas temáticas eram realizadas semanalmente e contavam com uma grande estrutura em que são montados cenários, figurinos para os participantes, além de comidas e bebidas relacionadas ao contexto da festa.

O ambiente preparado para as festas acaba por ser “palco” de importantes acontecimentos da casa. Em função do excesso de bebida, muitos participantes acabavam protagonizando neste ambiente, cenas de romance, como foi o caso desta edição dos casais

Fernando e Aline e Rafael e Talita. Além das cenas de romance, muitas cenas de briga também ocorreram na área externa, como a discussão entre Rafael e Mariza porque ele achou que ela estava lá fora para ouvir a conversa do seu grupo e a briga entre Amanda e Luan durante a Festa Mexicana.

Outro espaço que se entende como estrutura cênica é a sala de estar da casa. Neste espaço, além da convivência diária dos participantes, eles conversam pelo menos três vezes, a cada semana, com o apresentador do programa Pedro Bial. Nas quintas-feiras o diálogo entre apresentador e participantes se dava regularmente em função da Prova do Líder. Normalmente neste dia a conversa era mais objetiva. O apresentador perguntava como os participantes estavam e em seguida dava instruções para o desenvolvimento da prova. O segundo encontro entre o apresentador e os participantes na sala da casa ocorria aos domingos. Neste caso, havia uma conversa com mais tempo disponível e o apresentador utilizava esse tempo para brincar com os participantes. Neste dia, o Líder fazia a indicação ao Paredão na frente dos colegas de confinamento. Além da indicação e da justificativa por parte do Líder do motivo da indicação, o apresentador solicitava que o Líder retirasse de uma urna o rosto de um morador da casa. O morador sorteado poderia escolher um colega de confinamento que revelaria seu voto feito secretamente no confessionário. Observa-se que o recurso, tanto da indicação por parte do Líder, como a revelação do voto de um participante, é um elemento gerador de conflitos. Ocorreu, então, que em várias situações após a votação, as pessoas que receberam votos dos colegas de confinamento, foram tomar satisfação com os colegas que nelas votaram. O fato cria um mal-estar entre os participantes e em alguns casos evolui para uma discussão. O terceiro momento em que a sala de estar vira uma estrutura cênica é nas terças-feiras, dia de eliminação. O apresentador se dirige aos participantes que disputam a permanência na casa, mostra a eles as suas famílias, pede para que seus colegas mais próximos falem sobre suas características, a produção monitora seus batimentos cardíacos, ou seja, montam uma espécie de “show” para o público telespectador. As três situações que envolvem a sala de estar da casa, a partir do que é mostrado, causam nos participantes uma sensação de extrema tensão, pois estes momentos podem representar a sua permanência ou o fim da busca pelo sonho de um milhão e meio de reais.

O objetivo de estabelecer tais estruturas cênicas se dá pela necessidade de buscar quais os mecanismos estratégicos utilizados pela emissora na construção do enredo da décima quinta edição do *Big Brother Brasil*. Embora o enredo em sua estrutura narrativa não seja o objeto principal do nosso estudo, seus fios narrativos nos auxiliarão na análise de quais

estratégias da emissora se relacionam com elementos da teledramaturgia. A partir de agora serão analisados tais fios narrativos.

3.1.3 Fios Narrativos

Para analisar a estrutura narrativa da décima quinta edição do *Big Brother Brasil* com o objetivo de avaliar a presença de elementos da teledramaturgia, se faz oportuna a abordagem por meio do conceito de fios narrativos. De acordo com Wolf (2012, apud ARAÚJO, 2015, p. 58), “um fio narrativo é uma estrutura composta por uma série de eventos conectados por vínculos causais que envolvem um conjunto específico de atores em um dado curso de ação.” No que se refere ao objeto deste estudo, optou-se por relacionar os fios narrativos a partir da sua ordem de importância dentro do arco central do enredo. Estabeleceu-se pelo grau de importância três fios narrativos centrais e quatro fios secundários. O critério para a escolha dos fios narrativos secundários foi a construção de algum arco, ou seja, conflito dentro do enredo.

Tabela I

Fio Narrativo Principal 1 – Amanda e Fernando			
O Fio 1 acompanha o percurso de envolvimento amoroso da participante Amanda com seu colega de confinamento Fernando. A trajetória do relacionamento se dá a partir do primeiro dia na casa até a última semana do programa, quando Fernando foi eliminado.			
Arco	Início	Fim	Descrição
1	20/01	24/01	Exposição: Amanda se interessa por Fernando no primeiro dia do programa e pede para Douglas, que está na cama de casal com Fernando, para que ele possa trocar com ela e ela possa dormir ao lado de Fernando. Desenvolvimento: Douglas troca de cama com Amanda para que ela possa dormir com Fernando, os dois dormem abraçados; no segundo dia de confinamento entra Aline, uma nova participante e Fernando se interessa por Aline; Fernando e Amanda dormem juntos nas duas primeiras noites de confinamento na casa; durante o dia Amanda procura se aproximar de Fernando e ele se distancia. Clímax: Fernando vai conversar com Amanda e diz que durante o dia se distancia porque não foi ao programa com intenção de se

			envolver com ninguém. Amanda diz que entende e que por ela eles podem continuar dormindo na mesma cama sem problemas se Fernando quisesse. Após conversar com Fernando, Amanda diz a Francieli o que Fernando lhe disse e chora. Amanda diz que esse não é o real motivo para Fernando não ficar com ela. Desenlace: Fernando se aproxima de Aline e ele e Amanda se afastam.
2	23/01	24/01	Exposição: Aline e Fernando ficam juntos dentro da casa e Fernando chama Amanda para conversar. Desenvolvimento: Fernando chama Amanda para conversar e Amanda pergunta se ele e Aline ficaram juntos. Fernando diz que “acabou acontecendo”. O participante fica constrangido em dizer a Amanda que beijou Aline. Clímax: Amanda chora muito e diz a Fernando que ele a expôs diante de todo o Brasil porque dormiu dois dias com ela e não tentou nada com ela e que agora está com Aline. Fernando pede desculpas a Amanda, chora e diz há sempre uma história com mulher para atrapalhar a sua vida. Desenlace: Fernando diz a Amanda que não vai ficar nem com ela nem com Aline. Diz que vai procurar um lugar para ficar sozinho na casa.
3	25/01	25/01	Exposição: Amanda provoca Aline e Fernando na primeira Festa da casa, a Festa Debutante. Desenvolvimento: Amanda ao beber durante a Festa Debutante canta músicas e faz gestos para Fernando enquanto Aline de costas, conversa com o participante. Aline percebe e conversa com Fernando. Diz que se eles estivessem juntos (Aline e Fernando) Amanda estaria “desequilibrada” e que ela está querendo “desequilibrar” Aline, que é a pessoa que Fernando gosta na casa. Fernando escuta o que Aline diz e pede que ela espere um pouco. Clímax: Fernando vai até Amanda na Festa e diz a Amanda que até aquele momento tentou ser educado com ela e a tratar com respeito, mas que não ia mais deixar de ir contra seus sentimentos por causa

			de Amanda. Disse que estava com vontade de ficar com Aline e que iria ficar com ela. Desenlace: Fernando sai, deixa Amanda na Festa, entra na casa e dá um beijo em Aline. Pede desculpas pelo que aconteceu e fica com a participante.
4	02/02	03/02	Exposição: Angélica sugere a Amanda que elas espalhem na casa o boato de que Angélica (Anjo da Semana) não dará o Anjo a Amanda e sim a Adrilles ou César. Angélica diz que desta forma elas irão saber se podem ou não confiar em Fernando. Desenvolvimento: Amanda diz dentro da casa que Angélica deu a entender que iria dar o Anjo a Adrilles ou a César e que para se defender ela teria que votar em Aline. Clímax: durante a votação do Paredão, Angélica deu o Anjo a Amanda e Fernando votou em Angélica para defender Aline. Ao final da votação, Angélica foi sorteada para saber o voto de um dos participantes e ela escolheu Fernando. Ele disse que havia votado nela. Após o término do programa ao vivo, Fernando chamou Angélica para conversar. Ela não aceitou a justificativa do voto de Fernando e disse que ele não estava no programa para arranjar mulher. Desenlace: os grupos de Amanda e Fernando se distanciaram.
5	05/02	10/02	Exposição: Amanda ganha à prova do Líder e indica Fernando ao Paredão. Desenvolvimento: Amanda ganha à prova do Líder e fica em dúvida se deve indicar ou não Fernando ao Paredão. Amanda chora e demonstra conflito interno para realizar a escolha. Amanda consulta o “Boráculo” espécie de Bola de Cristal a ser consultada pelo Líder e entende que pela mensagem do “Boráculo” ela deve indicar Fernando e assim o faz. Amanda diz que está indicando Fernando porque ele gritou com ela e que nem o pai dela grita com ela. Clímax: Fernando não é eliminado no Paredão e ao receber a notícia que permanecerá na casa passa por Amanda e diz para ela inventar

			outra desculpa, porque essa não “colou” já que o público o escolheu para ficar. Desenlace: Fernando se distancia ainda mais de Amanda.
6	15/02	17/02	Exposição: A opção de Fernando por ficar com Aline e a ida de Fernando ao Paredão acaba por distanciar ainda mais o grupo de Fernando do grupo de Amanda. Em função desta rivalidade Amanda e Aline acabam sendo indicadas ao Paredão. Desenvolvimento: O Líder Luan indicou Mariza ao Paredão e a casa indicou Aline. No entanto, como esse Paredão iria ser triplo e os participantes só souberam na hora, a segunda pessoa mais votada, no caso Amanda, também iria disputar a permanência na casa. Clímax: No dia da eliminação o apresentador informou a Mariza que ela não tinha chance de ser eliminada, pois estava com apenas 2% dos votos. A disputa ficou entre Amanda e Aline. Desenlace: Aline foi eliminada do programa com 53% dos votos dos telespectadores.
7	21/02	22/02	Exposição: Aproximação de Amanda e Fernando após a saída de Aline. Desenvolvimento: Tamires recebeu de presente do Anjo uma cesta de comida. Rafael e Mariza sugeriram que eles pudessem lanchar juntos no jardim à tarde. No momento em que estavam todos juntos, Amanda disse que gostaria que todos os dias fossem tranquilos e calmos como aquele. Clímax: No dia seguinte, Fernando chamou Amanda e disse que assim como ela, seu desejo era de que todos os dias fossem como o dia anterior, calmo e tranquilo. Desenlace: Após a saída de Aline e o lanche coletivo dos participantes, o clima da casa ficou menos competitivo e Amanda e Fernando ficaram um pouco mais próximos.
8	20/02	23/02	Exposição: Fernando é o Líder da semana e convida Amanda e Tamires para ver o cinema do Líder. Desenvolvimento: Mariza fica chateada com Fernando porque ele convida Amanda e Tamires para o cinema do Líder, já que ela é

			mais próxima dele do que as outras participantes. Fernando diz que quer fazer uma “sacanagem” com Amanda. Diz que vai deixar ela bem longe dele dentro do quarto. Mariza, Fernando e Adrilles riem. Fernando conversa com Tamires e Amanda antes do cinema do Líder. Pede desculpas às duas participantes por alguma coisa que ele tenha feito que as tenha chateado. Diz ainda que muita coisa do que aconteceu foi por uma questão mais de outras pessoas do que deles em si. Amanda disse que as pessoas ficam tirando brincadeiras desagradáveis entre ele e Amanda, e que ela não gosta disso. Clímax: Na hora de colocar o filme, Fernando deixou Amanda e Tamires na cama e ficou deitado no chão do quarto. Amanda disse que não acreditava que ele estava fazendo aquilo e que ele estava com medo de sentar perto dela. Desenlace: Amanda e Fernando assistiram ao filme do cinema do Líder sem que nada acontecesse entre os dois.
9	26/02	26/02	Exposição: Medo de Fernando de ser julgado pela sua aproximação com Amanda. Desenvolvimento: Após a saída de Aline, Amanda e Fernando se aproximam progressivamente. Clímax: Fernando conversa com Rafael e Talita e diz que tem medo de ser julgado pela sua aproximação com Amanda. Diz que se sentia muito forte na casa, mas que hoje sente que pode sair a qualquer momento. Desenlace: Talita tranquiliza Fernando e diz que esse medo da rejeição é natural e que todo mundo tem.
10	06/03	07/03	Exposição: Mais uma aproximação de Amanda e Fernando. Desenvolvimento: Durante a Festa Magia Amanda e Fernando ficaram a maior parte do tempo juntos, conversando. Clímax: Ao amanhecer do dia, Fernando foi só de cueca no quarto do Líder onde Amanda dormia e bateu na porta. Amanda abriu a porta e o chamou para entrar. Fernando perguntou se ela queria água e ela disse que queria morangos. Fernando pegou os morangos e entregou a Amanda.

			Desenlace: Fernando deu um beijo na testa de Amanda e foi para o seu quarto dormir.
11	09/03	09/03	Exposição: O cinema do Líder mais uma vez aproxima Amanda e Fernando. Desenvolvimento: Após a saída de Tamires da casa, Amanda e Fernando passam a ficar mais tempo juntos. Antes de ir para o cinema do Líder, Fernando beijou a foto de sua namorada Aline e deixou na cabeceira de sua cama. Durante o filme que eles assistiram com Rafael, Amanda acariciou Fernando. Clímax: Ao terminar o filme Rafael saiu do quarto e deixou Fernando e Amanda. Fernando estava na cama deitado e Amanda sentada. Os dois tocavam a mão um do outro. Desenlace: Fernando saiu do quarto sem que nada acontecesse entre ele e Amanda. Amanda teve mais uma vez suas expectativas frustradas.
12	10/03	10/03	Exposição: Fernando diz a Amanda que gosta dela e gosta de Aline. Desenvolvimento: Fernando conversa com Amanda e diz que tem medo de ir para o Paredão e não voltar. Diz que está com medo de ser julgado e ser considerado um babaca. Clímax: Fernando chora e diz a Amanda que gosta tanto dela quanto de Aline e que precisa que Amanda o respeite. Diz ainda que é importante que os dois se apoiem na casa. Desenlace: Amanda diz que o entende e os dois permanecem como amigos.
13	11/03	12/03	Exposição: Amanda esperava que na festa algo pudesse acontecer entre ela e Fernando. Desenvolvimento: Durante o dia, Amanda pergunta a Fernando se não tem nada para fazer hoje e Fernando responde que “só à noite, tomar uma cachacinha e fazer um amorzinho”. Pela resposta de Fernando, Amanda acha que irá acontecer algo entre os dois e passa a Festa Luau atenciosa com Fernando, mas ele estava frio e distante. Fernando disse a Rafael que Amanda o provocava, que ficava difícil resistir e que as vezes tinha a sensação de que estava cedendo. Disse

			que tinha clareza do que sentia por Aline, mas não sabia o que sentia por Amanda. Ao perceber a indiferença de Fernando, Amanda foi até o banheiro e chorou. Fernando ao ouvir uma música que lembrava Aline também chorou. No fim da noite ao ir dormir, Amanda perguntou se Fernando poderia ficar um pouco no quarto com ela. Ao chegar no quarto Fernando quis conversar com Amanda sobre o que eles estavam vivendo na casa. Fernando disse que gostaria que ela entendesse quando ele se afasta para refletir, pois sabe que gosta das duas, mas não sabe exatamente o que sente por Amanda. Clímax: Quando Fernando estava conversando com Amanda ela começou a brincar, os cobriu com o edredom e deu um beijo em Fernando. Desenlace: Fernando saiu de baixo do edredom e sentou na cama. Depois levantou e deitou no chão. Amanda o chamou para dormir e Fernando não foi. Depois de algum tempo Fernando foi para a cama de Amanda e dormiu. No dia seguinte Fernando dormiu ao lado da foto de Aline e Amanda chorou na piscina. Fernando chamou Amanda para conversar e pediu que ela o respeitasse, se apoiassem e que ficassem como amigos. Amanda concordou.
14	18/03	05/04	Exposição: Amanda e Fernando ficam juntos novamente. Desenvolvimento: Depois de um mês da saída de Aline, Fernando começa a se aproximar ainda mais de Amanda. Durante a Festa Mineira, Fernando disse a Amanda que queria dar um beijo em sua boca. Os dois se beijaram na sala e se acariciaram no quarto do Líder. Clímax: Amanda, que sempre recebia carinhos que não avançavam, acabou por ir dormir. Fernando estava deitado ao lado de Amanda no quarto do Líder, acordou a participante com um beijo e eles ficaram juntos. Desenlace: Amanda e Fernando permaneceram juntos até o ante penúltimo dia do programa, quando Fernando foi eliminado. O tempo que permaneceu com Amanda, Fernando disse que gostava

			tanto dela quanto de Aline e que essa era uma história que eles iriam precisar resolver fora da casa.
--	--	--	---

Arco 2 – Depois de ficar com Aline, Fernando chama Amanda para conversar



Figura 22: Amanda pergunta a Fernando se ele ficou com Aline e ele diz que “acabou acontecendo”.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 23: Amanda chora, diz que Fernando dormiu duas noites com ela mas não quis ficar com ela e que agora está expondo ela na frente de todos.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 24 – Fernando fez que não tinha intenção de ficar com ninguém na casa e pede desculpas a Amanda.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 25– Fernando consola Amanda.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 26 – Fernando consola Amanda.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 27 – Fernando diz a Amanda que não vai ficar nem com ela nem com Aline.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 3 – Amanda provoca Aline e Fernando na primeira Festa da casa



Figura 28– Fernando conversa com Aline e Amanda faz gestos para o participante enquanto canta uma música.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 29 – Fernando vai até a Festa e diz a Amanda que tentou conversar direito com ela, mas que agora vai fazer o que seu coração está pedindo, e que vai ficar com Aline.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 4 – Amanda e Angélica testam o quanto Fernando está próximo delas



Figura 30: Angélica combina com Amanda de soltar na casa o boato de que ela dará o Anjo a Adrilles ou a César.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 31: Após ter fotado em Angélica, Fernando tenta justificar seu voto para a colega.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 6 – Aline é eliminada e Amanda comemora



Figura 32: Aline recebe a notícia da eliminação e se despede de Fernando.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 33: Amanda, Angélica, Tamires e Luan comemoram a permanência de Amanda no programa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 8 – Fernando convida Amanda e Tamires para o cinema do Líder



Figura 34: Fernando diz a Adrilles e a Mariza que vai ver o filme longe de Amanda para “sacanear” a participante.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 35: Fernando se aproxima de Amanda e Tamires e pede desculpa por qualquer coisa que ele tenha feito.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 36: Fernando no cinema do Líder diz que vai ver o filme no chão.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 37: Fernando vê o filme no chão afastado de Tamires e Amanda.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 10 – Aproximação de Amanda e Fernando



Figura 38: Fernando e Amanda durante a Festa Magia.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 39: Fernando e Amanda durante a Festa Magia.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

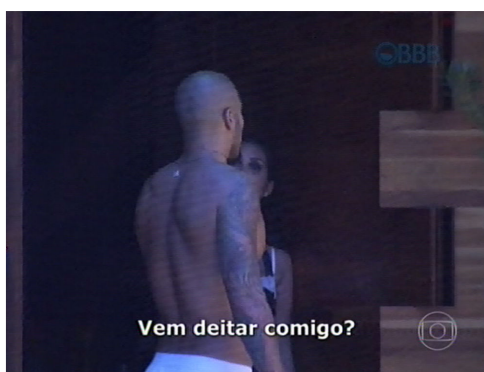


Figura 40: fernando vai até o quarto de Amanda e pergunta se ela quer água.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 41: Amanda chama Fernando para dormir no quarto com ela e Fernando diz que não.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 11 – Coração dividido entre Aline e Amanda



Figura 42: Fernando beija a foto de Aline antes de ir ao cinema do Lider.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 43: Fernando deixa a foto de Aline na cabeceira da sua cama.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 44: Fernando assiste ao filme com Rafael e Amanda, que o acaricia durante o filme.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 45: Fernando e Amanda após o filme. O participante vai embora sem que aconteça nada entre os dois.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 12 – Cada vez mais próximo de Amanda, Fernando chora e diz que gosta de Amanda e de Aline



Figura 46: Amanda e Fernando sempre próximos na casa.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 47: Amanda e Fernando sempre próximos na casa.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 48: Amanda e Fernando conversam no quarto do Líder.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 49: Fernando chora e diz a Amanda que gosta dela e de Aline.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 13 – Festa Luau – Amanda e Fernando choram



Figura 50: Amnda canta uma música para Fernando durante a Festa Luau.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 51: Fernando conversa com Rafael e diz que tem hora que acha que está cedendo a Amanda.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

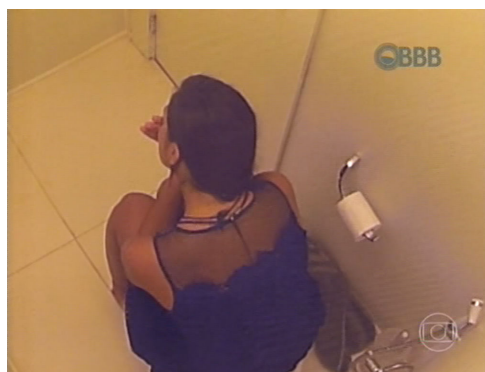


Figura 52: Amanda chora no banheiro.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 53: Fernando chora ao ouvir uma música que lembra Aline.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 54: Fernando conversa com Amanda no quarto do Líder depois da Festa Luau.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 55: Amanda levanta o edredom e dá um beijo em Fernando.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

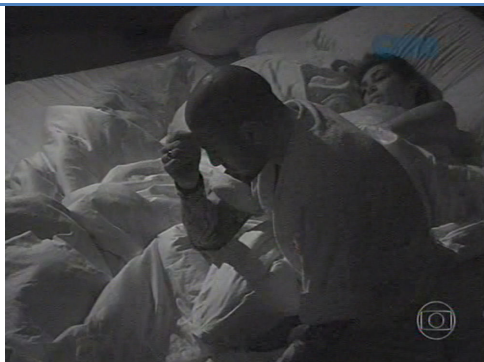


Figura 56: Fernando senta na cama como quem não gostou da atitude de Amanda.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 57: Amanda chora na piscina no dia seguinte da Festa Luau.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 58: Fernando dorme ao lado da foto de Aline no dia seguinte a Festa Luau.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 59: Fernando conversa com Amanda e pede para que eles sejam amigos. Amanda concorda.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 14 – Amanda e Fernando ficam juntos



Figura 60: Amanda e Fernando dançam na Festa Mineira.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 61: Fernando diz a Amanda que está com vontade de beijá-la.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 62: Amanda dá um beijo em Fernando na sala.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 63: Fernando e Amanda se acariciam.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 64: Amanda dorme e Fernando está acordado ao seu lado.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 65: Fernando acorda Amanda com um beijo e eles ficam juntos.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Tabela II

Fio Narrativo Principal 2 – Aline e Fernando			
A décima quinta edição do Big Brother Brasil foi marcada pelo triângulo amoroso de Amanda, Fernando e Aline. O Fio 2 diz respeito ao relacionamento de Aline e Fernando. Os dois participantes se envolvem no quarto dia de confinamento e se separam no dia 17 de fevereiro, quando Aline foi eliminada depois de disputar a sua permanência na casa com Amanda.			
Arco	Início	Fim	Descrição
1	22/01	24/01	Exposição: Fernando se interessa por Aline, mas fica com receio de magoar Amanda Desenvolvimento: Antes mesmo que Aline fosse escolhida pelo público para permanecer na casa, Fernando se aproximou da participante. Disse que torcia para que ela ficasse. Aline disse que se

			sentia bem ao lado de Fernando e perguntou o que ele tinha com Amanda. Ele disse que eles tinham dormido juntos, mas que não havia acontecido nada e que ele havia errado porque poderia estar criando expectativas em Amanda de algo que ele não quer e não foi claro com ela. No dia seguinte Fernando conversa com Amanda e diz que não se sente confortável em dormir na mesma cama que ela, que não quer se envolver com ninguém. Ao se passar mais um dia, Aline e Fernando se beijam na sala. Fernando procura Amanda para conversar e dizer que ficou com Aline. Amanda chora e Fernando diz que não vai ficar com nenhuma das duas. Clímax: Fernando vai ao quarto de Aline contar a ela como foi sua conversa com Amanda. Fernando diz que errou e demonstra para Aline se sentir culpado. Aline diz que ela e ele não fizeram nada de errado e que Fernando fez o que seu coração pediu. Desenlace: Fernando diz a Aline que vai resolver essa questão e que ela não precisa se preocupar. No entanto, Fernando opta por não ficar com nenhuma das duas.
2	24/01	24/01	Exposição: A decisão de Fernando de não ficar com nenhuma das duas participantes durou apenas até a noite, na primeira Festa da casa. Desenvolvimento: Durante a primeira Festa na casa, depois de ter bebido muito, Amanda gesticula para Fernando pelas costas de Aline, que percebe. Aline diz a Fernando na sala, que se eles estivessem ali juntos desestabilizariam Amanda e que com esse comportamento ela consegue desestabilizar Aline. Fernando vai até Amanda e diz que foi educado, mas que ela está passando dos limites, e que ele vai fazer agora o que o coração dele quer, que é ficar com Aline. Clímax: Fernando volta para a sala onde Aline está e a beija. Pede desculpas pelo que aconteceu. Desenlace: Fernando opta por ficar com Aline e os dois seguem como um casal na casa.
3	24/01	17/02	Exposição: Aline e Amanda disputam a permanência na casa.

			Desenvolvimento: O envolvimento de Aline e Fernando dividiu ainda mais a casa em dois grupos: o grupo de Fernando e o de Amanda. Os participantes se incomodavam com o casal por motivos variados. César e Luan achavam que Aline era a força de Fernando e que, portanto, deveria sair da casa para enfraquecê-lo. Angélica dizia que tanto Aline como Fernando se isolaram dos demais e Tamires relatou que eles só ficavam se beijando. A partir desta insatisfação com o casal e a rivalidade entre Aline e Amanda, as duas acabaram por se encontrar no quarto Paredão da casa. O Líder Luan indicou Aline e os participantes indicaram Mariza, mas como esse Paredão era triplo, Amanda foi a segunda mais votada e acabou por ter que também disputar a vaga na casa. Após o seu envolvimento com Fernando na casa, Aline foi indicada para cumprir dois monstros, sentiu a aflição de ver seu namorado ir ao Paredão e por último ela mesma foi ao Paredão. Clímax: O dia da eliminação foi marcado por uma disputa acirrada entre Aline e Amanda, já que o apresentador informou logo no início do programa que Mariza estava fora de perigo de eliminação, com 2% dos votos. Desenlace: Aline foi eliminada com 53% dos votos.
4	17/02	17/03	Exposição: Após a saída de Aline, Fernando chora e vivencia um período de “luto” Desenvolvimento: Após a saída de Aline, Fernando chora e busca entender por qual motivo as pessoas se incomodavam tanto com ele e Aline. O participante diz não se conformar porque os dois só queriam viver o amor deles na casa, que não estavam interessados em um milhão e meio. Clímax: Fernando chora por diversas vezes na casa e não aceita a saída de Aline. Desenlace: Com o passar do tempo a tristeza de Fernando diminuiu a última vez que ele se referiu a Aline foi no dia 17/03 quando Rafael foi eliminado e Fernando pediu para que ele pedisse a Aline para pelo menos conversar com ele. A preocupação de Fernando

			estava relacionada a sua aproximação com Amanda.
--	--	--	--

Arco 1 – Envolvimento de Aline e Fernando



Figura 66: Fernando e Aline se beijam
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 67: Fernando e Aline se beijam
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 68: Fernando e Aline vão para o quarto onde Angélica conversa com outros participantes
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 69: Fernando conta a Aline sobre sua conversa com Amanda e diz que está se sentindo mal com a situação.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 2 – Fernando resolve ficar com Aline



Figura 70: Aline conversa com Fernando na sala e diz que está incomodada com o comportamento de Amanda.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 71: Fernando e Aline ficam juntos.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 4 – Depois da saída de Aline, Fernando vive período de “luto”



Figura 72: Fernando sai da Festa, vai ao banheiro e chora na frente do espelho.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 73: Fernando conversa com Adrilles e Marisa na sala, chora e diz que ele e Aline só queriam viver o seu amor.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 74: Fernando vence a prova do Líder e antes de dormir beija a foto de Aline.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

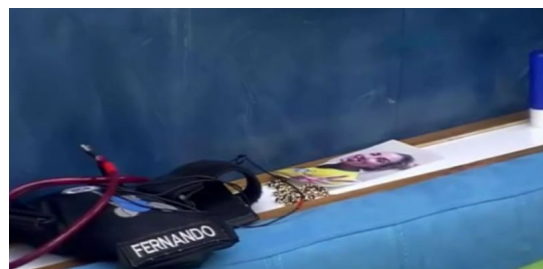


Figura 75: Fernando coloca ao dormir a foto de Aline na cabeceira da sua cama.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Tabela III

Fio Narrativo Principal 3 – Trajetória de César à vitória			
César se dizia isolado pelos grupos, os participantes afirmavam que César se isolava. Apesar de ter passado por setenta e oito dias de confinamento quase sozinho, sem ter aliados na casa, César surpreendeu aos seus colegas de confinamento e saiu ganhador do Big Brother Brasil 15. Durante vários momentos do programa, César se colocou como uma pessoa humilde, religiosa e com princípios sólidos. Ficou por quase todo o programa no “Tá com nada” comendo apenas feijão, arroz, ovo e goiabada. Não venceu nenhuma prova da casa, seja do Anjo, ou do Líder. Tais aspectos de luta foram valorizados pela edição de imagens ao repetir cenas do participante rezando, assim como de suas conversas solitárias com a estátua do jardim. Ao sair da casa como vencedor, Pedro Bial, apresentador do programa, pergunta de quanto era o salário de César antes de entrar na casa e ele diz que era de R\$ 740,00. Diz ainda que todo o prêmio recebido será para a sua família.			
Arco	Início	Fim	Descrição

1	28/02	03/03	Exposição: César é indicado ao seu primeiro Paredão. Desenvolvimento: O fato de César ser reservado e não falar sobre sua vida despertou nos participantes desde o princípio do jogo certa desconfiança. Por mais que eles tentassem sondar, César se restringia a falar pouco e escutar mais. Em uma destas sondagens, César disse que o motivo que o trazia ao jogo o tornava competitivo e que por isso não queria revelar. Tal afirmação despertou ainda mais a curiosidade dos seus colegas de confinamento e fez com que, de alguma forma, eles quisessem o eliminar da competição. Embora a cada Paredão que se formava César se afligia com medo de ser indicado, essa indicação veio efetivamente no sexto Paredão da casa. No dia que antecedeu a formação do Paredão, César assim como todas às vezes, se preocupou com a quantidade de votos que iria receber. César conversa com Luan e Rafael na cozinha e diz que Luan será o indicado pelo Líder Adrilles e que ele será pela casa. Clímax: No domingo, durante a votação César tem suas suspeitas confirmadas e é indicado ao seu primeiro Paredão com quatro votos. Desenlace: César recebe apenas 29% dos votos do público e permanece na casa.
2	08/03	10/03	Exposição: César em seu segundo Paredão. Desenvolvimento: A partir da primeira indicação, César foi colocado sistematicamente por seus colegas de confinamento, nos quatro Paredões seguintes até o término do Programa. César conversa com Luan e diz que os dois estão na mesma situação, ou vão ser indicados pelo Líder ou pela casa. César conversa com Mariza e diz o mesmo que disse a Luan, que vai ser indicado pelo Líder Amanda ou vai pela casa. Clímax: No seu segundo Paredão César é indicado por dois votos da casa. Desenlace: César recebeu apenas 13% dos votos dos telespectadores e permaneceu na casa.
3	15/03	17/03	Exposição: Terceiro Paredão consecutivo de César Desenvolvimento: Embora César não tenha brigas e desgastes com

			os participantes da casa durante a semana, seu nome após o primeiro Paredão foi indicado de forma consecutiva. Não há nada a ser relatado no que se refere a conflitos ou qualquer mal estar que envolva o participante. Os motivos apresentados como justificativas são o fato, segundo os participantes, de César ter alguns discursos divergentes e o seu individualismo. Clímax: Mesmo sem situações de conflitos que justifiquem a indicação, César é colocado no Paredão pelo Líder Fernando. Desenlace: César permanece na casa com 23% dos votos.
4	22/03	24/03	Exposição: Quarto Paredão consecutivo de César Desenvolvimento: Assim como ocorreu nas semanas anteriores, César passou o decorrer da semana sem entrar em conflito com os participantes. Clímax: César é indicado com dois votos da casa. Desenlace: César permanece na casa com 49,78% dos votos dos telespectadores.
5	29/03	31/03	Exposição: Quinto Paredão consecutivo de César Desenvolvimento: Na etapa final do programa os participantes votavam muito também por uma questão de afinidade. Como César se manteve distante da maior dos grupos que se formaram na casa durante o confinamento, seu nome era sempre a primeira opção de voto. Desta forma, César foi indicado para o seu quinto e último Paredão. Clímax: César é indicado ao Paredão por dois votos. Desenlace: César permanece na casa com 35% dos votos dos telespectadores. Os três participantes que conseguiram lugar na final do programa foram Amanda, Fernando e César.
6	20/01	08/03	Exposição: César sai do Grupo “Tá com nada” Desenvolvimento: Desde o dia em que entrou no programa César ficou no grupo “Tá com nada” que tinha a dieta regrada a base de feijão, arroz, ovo e goiabada. Os grupos em que César ficava nas provas de comidas se saíam sempre perdedores das disputas. Tido pelos colegas de confinamento como azarão os participantes não o

			queria mais em seus grupos. Clímax: Depois de passar 55 dias fora da dieta do “Tá com nada” apenas nas Festas da casa, César foi sorteado para entrar no grupo “Tá com tudo” após a saída de Tamires do Programa. Ao saber da notícia, o participante comeu quase todo o estoque de comida da casa. Desenlace: César permaneceu no grupo “Tá com tudo até o final do programa.
7	20/01	04/04	Exposição: Maratona de derrotas de César nas Provas do Anjo e do Líder. Desenvolvimento: Assim como não ganhou nenhuma das provas da comida, César também não saiu vencedor em nenhuma prova realizada seja para o Anjo, seja para Líder. A sucessão de derrotas do participante o causava desânimo e choro em alguns momentos. Em muitos destes momentos César buscou ajuda em orações e conversou com a estátua do jardim, que se tornou sua companheira. Clímax: César venceu a prova decisiva que classificaria um dos participantes para a grande final do programa. Desta forma no mínimo o segundo lugar já estava garantido. Desenlace: César foi escolhido como campeão do programa por 65% dos telespectadores.

Arcos de 1 a 5 – Trajetória solitária de César no programa



Figura 76: César reza.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 77: César reza.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 78: César reza.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 79: César faz a estátua de companhia.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

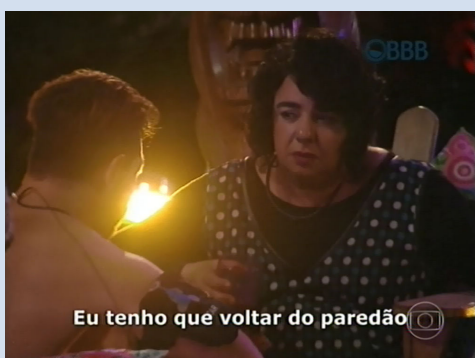


Figura 80: César conversa com Mariza sobre Paredão.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 81: César conversa com Mariza sobre Paredão.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

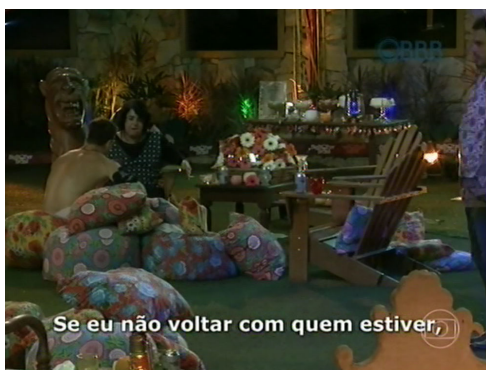


Figura 82: César conversa com Mariza sobre Paredão.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 83: César conversa com Mariza sobre Paredão.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 6 – César no “Tá com tudo”



Figura 84: César consegue ir para o “Tá com tudo” depois de 55 dias de confinamento.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 85: César como de forma excessiva e Mariza pede para ele “manerar” no leite, preocupada com a quantidade de comida da casa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 7 – De uma sequência de derrotas à grande final do Big Brother Brasil 2015



Figura 86: César vence prova que o classifica para disputar a final do programa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 87: César disputa a Final do Programa BBB 15 com Amanda.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 88: César e Amanda conversam com o apresentador.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 89: César recebe a notícia que é o ganhador do programa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Tabela IV

Fio Narrativo Secundário 1 – Dilema de Tamires, sofrimento por permanecer na casa			
O fato de participar das provas da casa e não ter êxito mexeu com a instabilidade emocional de Tamires desde o início do programa. A participante frequentemente chorava ao não ganhar as provas e por estar em alguns momentos no grupo “Tá com nada” acabou sem conseguir fazer dieta na casa. Tamires comia de forma exagerada durante as festas e revelou dentro da casa que já teve problemas com distúrbios alimentares. Tamires foi alvo ainda de uma paixão platônica por parte de Adrilles, que se declarava de forma excessiva, o que também não deixava a participante à vontade. Na reta final do programa, durante uma festa em que havia bebido demais, Tamires beijou Rafael e a rejeição do colega de confinamento no dia seguinte ao beijo deixou Tamires ainda mais desestabilizada. Este fato foi determinante para a decisão dela de sair da casa.			
Arco	Início	Fim	Descrição
1	13/02	13/02	Exposição: Tamires não vence mais uma vez a prova do Líder. Desenvolvimento: Tamires participa da prova do Líder da semana que consiste em um circuito de golfe, trave e basquete. A participante não consegue mais uma vez vencer a prova do Líder. Clímax: Tamires conversa com César no quarto e chora, Ela diz que ainda não conseguiu ganhar nada na casa e que foi pra lá para ganhar dinheiro. Diz que está com saudade da filha e que não agüenta mais tanta confusão dentro da casa. Tamires fala ainda que engordou por causa das comidas do grupo “Tá com nada”, que só sente vontade de comer e que tudo que ela mais queria naquele momento era um pacote de biscoito. Desenlace: Tamires se recupera naquele momento, mas a cada prova do Líder a participante retoma o mesmo ciclo de choro.
2	14/02	17/02	Exposição: Tamires é o Anjo da semana Desenvolvimento: Tamires ganha o Anjo e por ser amiga tanto de Amanda como de Angélica se sente em conflito sobre para quem deve dar o benefício da imunidade. Tamires conversa com as duas e diz que elas devem entrar em consenso para quem Tamires deve dar o Anjo. Tamires pondera e diz que acha que Amanda está mais ameaçada por causa da rivalidade com Aline e Fernando. Angélica

			não concorda com Tamires e diz que Amanda já recebeu o Anjo em outra oportunidade e que agora Angélica deve receber. Tamires diz que se elas não chegarem a um consenso vai dar o Anjo a César. Elas não chegam em um consenso. Em outro momento, Amanda diz a Tamires que se sente ameaçada e Angélica diz que o grupo de Fernando pode não ser tão óbvio e votar em Angélica e que por isso ela também se sente ameaçada. Tamires diz que essa situação de escolher é muito difícil para ela. Clímax: Durante a formação do Paredão Tamires toma a decisão de imunizar Adrilles para não escolher entre as duas amigas. Desenlace: Por não receber o Anjo Amanda acaba indicada ao Paredão, mas não é eliminada.
3	21/02	25/02	Exposição: Tamires Anjo mais uma vez Desenvolvimento: Tamires é mais uma vez o Anjo da semana e não se sente a vontade sobre a quem dar a imunidade, já que mais uma vez suas amigas Amanda e Angélica se sentem ameaçadas. Clímax: Tamires dá o Anjo a Talita e diz que não gostaria de influenciar a decisão de Fernando sobre a indicação do Paredão. Desenlace: Angélica é eliminada do programa e Tamires se sente culpada por ter tido a oportunidade de ter ajudado a amiga e não ter feito.
4	21/02	21/02	Exposição: Adrilles diz a Tamires que ela precisa se controlar com a comida. Desenvolvimento: Tamires conversa com Adrilles e Luan na sala durante uma festa. Ela diz que comeu muito e pergunta se eles acham que ela comeu muito. Eles respondem que não, mas que ela não deve comer mais. Ela diz que tem épocas que come muito e outras que não come nada. Adrilles diz que isso é um distúrbio alimentar, e que ela precisa buscar ajuda psicológica. Tamires fica chateada e diz que não há necessidade dele dizer isso. Tamires sai. Clímax: Adrilles pergunta a Amanda se Tamires está bem e Amanda diz que não. Adrilles vai conversar com Tamires e ela diz que esse é um problema que ela enfrentou a vida inteira e que ele

			agora expôs em rede nacional. Adrilles diz que só quis ajudá-la e que terapia não é só para pessoas que têm problemas. Desenlace: Tamires diz que tudo bem, mas que agora ele dê licença a ela que ela vai vomitar, porque agora está com bulimia.
5	20/01	01/03	Exposição: Tamires pede a Adrilles que a deixe viver em paz na casa. Desenvolvimento: Adrilles desenvolveu durante a permanência na casa uma paixão platônica por Tamires. Elogiava a participante diariamente e buscava estar ao seu lado o tempo inteiro. Tamires se sentia incomodada com o comportamento de Adrilles e durante várias vezes pediu que ele parasse de agir desta forma Clímax: Tamires diz a Adrilles que não quer mais que ele a elogie e que diga que gosta dela. Adrilles pergunta se eles podem ser amigos e Tamires diz que sim. Adrilles vai depois no quarto onde Tamires está e pergunta se está tudo bem, ela responde que sim. Adrilles diz que há um problema de comunicação entre eles e Tamires diz que teve paciência com ele por um mês e meio e que agora as coisas vão mudar. Adrilles diz que ela não pode mudar o que ele sente. Tamires diz que ele faça o que quiser, mas que ela não quer mais ouvir o que ele sente e quer viver em paz dentro da casa. Desenlace: Adrilles modera um pouco mais na quantidade de elogios e no quanto se aproxima da participante, mas não muda seu comportamento por completo.
6	06/03	08/03	Exposição: Tamires resolve sair do programa. Desenvolvimento: Durante a Festa Magia, Tamires e Rafael beberam muito e Rafael chamou Tamires para ir ao quarto secret, ela disse que não ia. Depois de algum tempo, Rafael foi para o quarto dormir e Tamires foi até o quarto. Ela se aproximou da cama de Rafael e perguntou se ele estava bem. Ele tentou beijá-la e ela evitou por algumas vezes. No entanto, ocorreu um beijo entre os dois. Tamires saiu bêbada do quarto e foi dizer a Amanda e a Fernando que estavam na Festa. Amanda disse que ela não falasse mais nada. Tamires disse que estava apaixonada por Rafael e

		Amanda tampou a sua boca. Tamires caiu durante a Festa, César tentou beijá-la e Amanda e Adrilles não deixaram. Amanda levou Tamires para o quarto para dormir. Clímax: No dia seguinte, Tamires acordou arrependida e com vergonha do que aconteceu na noite anterior. Disse que estava envergonhando a sua família. Rafael acordou sem se lembrar do que aconteceu e Tamires e Amanda contaram a Fernando. Elas pediram que ele contasse a Rafael. Quando Fernando o contou, Luan já havia dito a Rafael e deu a entender que Tamires tinha dado em cima de Rafael. Rafael foi até o quarto do Líder onde estavam Amanda e Tamires e disse que Tamires não deveria ter ido até o quarto, que ela não tinha nada para fazer lá. Disse que estava preocupado com Talita e que eles nunca teriam nada. Rafael saiu do quarto e Tamires ficou ainda mais chateada. Tamires disse a Amanda que queria sair da casa, que não agüentava mais. Tamires passou o dia calada, pensativa. Seu sofrimento era visível Desenlace: Tamires pediu para sair da casa.
--	--	--

Arco 1 – Frustração por não ganhar prova



Figura 90: Tamires chora e diz a César que não aguenta mais o jogo, as brigas da casa e ainda não ter ganhado nada.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 91: Tamires depois de ser consolada por César, chora e diz que queria comer um pacote de biscoito. A participante está no grupo "Tá com nada" e sua dieta é a base de feijão, arroz, ovo e goiabada.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 6 – Festa Magia

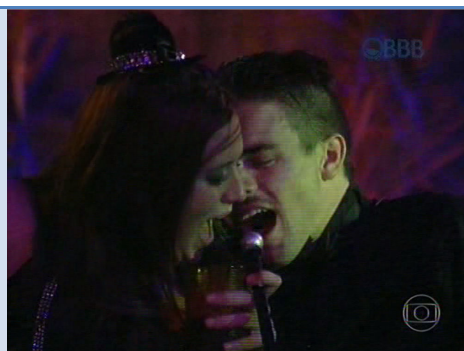


Figura 92: Rafael e Tamires cantando juntos na Festa Magia.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 93: Rafael chama Tamires para ir para o quarto "Secret"

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 94: depois que Rafael vai deixar Tamires vai no quarto e os dois acabam se beijando.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 95: ao voltar para Festa, Tamires conta a Amanda o que aconteceu e Amanda diz para ela calar a boca e não falar mais nada.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 96: Tamires chora após Rafael ter questionado o motivo dela ter ido ao quarto que ele dormia.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 97: Tamires vai ao Confessionário e diz que quer sair do Programa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 98: Tamires se dirige ao Confessionário para sair do Programa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 99: Tamires se despede dos participantes e deixa o Big Brother Brasil 15.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Tabela V

Fio Narrativo Secundário 2 – Talita “eu quero sair”			
Talita se desestabiliza, chora e diz a Rafael que quer sair da casa.			
Arco	Início	Fim	Descrição
1	21/02	22/02	Exposição: Talita diz a Rafael que quer sair da casa. Desenvolvimento: Talita conversa com Rafael no quarto durante a Festa do Guaraná Antártica e diz que quer sair da casa. Rafael pede para ela não fazer isso, diz que ela não pode deixá-lo sozinho na casa e que ela vai se arrepender se fizer isso. Talita diz a Rafael que ele é forte e que suporta ficar na casa sem ela. Clímax: Talita chora compulsivamente na Festa e diz a Amanda, Tamires e Luan que quer sair da casa. Eles dizem que ela não deve fazer isso e tentam acalmar a participante. Desenlace: Talita resolve ficar na casa. No dia seguinte ela conversa com Rafael e diz que está com medo de que o “escândalo” que ela fez no dia anterior “pegue mal”. Rafael diz que o comportamento dela realmente não vai ser bem visto.

Arco 1 – Talita “eu quero sair”



Figura 100: Talita diz a Rafael que acha que vai sair da casa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 101: Talita chora e diz a Amanda, Tamires e Luan que quer sair da casa.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Tabela VI

Fio Narrativo Secundário 3 – Mariza “Produção, por onde eu saio?”			
Durante a Festa Garagem			
Arco	Início	Fim	Descrição
1	28/02	28/02	Exposição: Mariza resolve sair do programa. Desenvolvimento: Durante a Festa Garagem Mariza vai para o quarto ofegante, deita na cama e fica pensativa. Em seguida Mariza se levanta e começa a arrumar sua mala para sair do programa. Mariza vai até a dispensa, diz que resolveu sair, que sua mala está pronta e que ela vai apenas trocar de roupa. Diz que não quer mais continuar no programa, que não quer alarde, que quer apenas saber por onde ela pode sair. Mariza troca de roupa, fica na sala olhando para as câmeras e esperando uma posição da produção. Clímax: Adrilles chega e se senta ao seu lado. Em seguida Fernando chega. Mariza diz que está na espera da produção para que eles abram a porta do confessionário para que ela possa sair. Diz que nada naquela casa combina com ela, que a música não combina com ela, que as pessoas não combinam com ela e que não agüenta mais. Adrilles e Fernando tentam a convencer de não fazer isso. Mariza chora e diz que sabe que os filhos e os funcionários devem estar com raiva dela agora. Diz que achou que seria mais forte, mas que viu que não é. Adrilles e Fernando dizem que ela apenas não está em um

			bom dia e que ela está sentindo falta do cigarro. Dizem que ela não pode se deixar vencer por um cigarro e que no dia seguinte ela se sentirá melhor. Desenlace: Mariza resolve permanecer na casa.
--	--	--	--

Arco 1 – “Produção, por onde eu saio?”



Figura 102: Mariza sai da Festa e vai para o quarto pensar.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 103: Mariza arruma sua mala para sair do programa.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 104: Mariza vai a dispensa e diz a produção que quer sair do programa.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 105: Mariza está na sala esperando a produção abrir o confessionário quando Adrilles e Fernando chegam e a convencem de não sair.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Tabela VII

Fio Narrativo Secundário 4 – Luan e seu comportamento polêmico
Luan teve uma trajetória na casa marcada por alguns desvios de comportamento. Nos primeiros dias do programa, durante um almoço, pediu para alguém roubar uma concha de feijão e afirmou que negro rouba mesmo. Depois pegou um pacote de pão escondido da casa para comer com seu grupo. Quando estava no grupo “Tá com nada” Luan infringiu as leis do

programa e comeu um nugget. Ainda no que se refere a comida, Luan levou para a casa chicletes escondidos, regra também proibida. A maior briga da décima quinta edição do Big Brother Brasil foi protagonizada por Luan. Tal fato foi decisivo na sua saída do programa.			
Arco	Início	Fim	Descrição
1	22/02	23/02	Exposição: Luan come um nugget enquanto estava no grupo “Tá com nada” e provoca punição para todos da casa. Desenvolvimento: Os participantes recebem da produção cerveja e o grupo do “Tá com tudo” resolve fazer nuggets. Luan pega um nugget escondido, coloca no bolso da calça e sai para comer em um local escondido. Rafael vê que Luan pega o nugget mas faz de conta que não viu. No entanto, as câmeras o flagram comendo o nugget. A produção espera o grupo “Tá com tudo” fazer as compras de semana e quando eles estão preparando o almoço a produção pede que eles saiam para manutenção da cozinha. Clímax: Ao entrar na casa quando o acesso foi liberado, Amanda vê que a produção levou todos os alimentos e deixou a geladeira lacrada. Apenas alimentos da dieta do “Tá com nada” foram mantidos. Os participantes começaram a questionar o que teria acontecido. Mariza diz que dias antes viu Luan jogar algo parecido com caldo de tempero no feijão. Talita, que havia dado o tempero a Luan, disse a ele que ele deveria assumir o erro, que ela já tinha assumido o erro dela. Ele disse que se fizer isso vai levar “esporro” do Rafael, do Fernando e da Angélica. Talita diz que eles estão certos porque se esforçaram na prova da comida. Desenlace: Luan fica calado. Na televisão da cozinha onde estão Rafael, Mariza e Tamires, aparece o bonequinho do Big Brother e diz que um participante do grupo “Tá com nada” comeu alimento do grupo “Tá com tudo” com o consentimento de alguns participantes. Questionado sobre se comeu o nugget, Luan negou. Apenas depois de ser pressionado por Angélica, Luan confessou ter comido o nugget.
2	01/03	04/03	Exposição: Luan não vota estrategicamente com Rafael e Talita acaba indo para o Paredão.

			Desenvolvimento: Durante a votação, Rafael faz um sinal para Luan votar em Mariza e Luan votou em Fernando. Por não terem combinado os votos de forma estratégica antes do Paredão, Talita acabou por ser indicada com apenas um voto. O Líder Adrilles indicou Luan, a casa indicou César. Ficaram empatados com um voto Talita, Fernando, Mariza e Adrilles. Neste caso, Arilles como Líder fez o desempate e colocou Talita no Paredão. Como Talita, Rafael e Luan conversaram durante a semana sobre a possibilidade de um Paredão triplo, as opções de voto poderiam ter sido melhor analisadas. Ao ver Talita no Paredão, Luan diz que se sente culpado porque não entendeu o que Rafael falou durante a votação. Rafael, que havia votado em César, também acabou contribuindo para que sua namorada estivesse no Paredão. Essa situação gerou um mal estar entre os amigos. Luan disse que não entendeu o pedido de Rafael e este disse a Talita que acha que Luan fez de propósito para se proteger, já que ele sabia que seria indicado ao Paredão e não queria ir com César e Mariza, dois competidores fortes que já voltaram de Paredões. Talita combate o argumento de Rafael e diz que eles são as pessoas mais próximas de Luan na casa e que ele não iria fazer isso. Amanda e Tamires confirmam para Talita que viram Rafael fazendo o gesto durante o programa, para que Luan votasse em Mariza. Clímax: Para o grupo de Amanda, a culpa de Talita estar no Paredão era de Luan. Eles acreditavam que Luan quis se livrar da eliminação e por isso não protegeu Talita. No período entre a indicação e a eliminação de Talita, a participante, Rafael, Amanda e Tamires se afastaram de Luan, que acabou por ficar solitário na casa. Desenlace: Talita foi eliminada do Programa. Luan tentou se aproximar de Rafael, mas este ficou reticente. Embora eles tenham se aproximado um pouco mais no final do programa, a amizade não voltou a ser a mesma.
3	02/03	05/03	Exposição: Luan briga com Amanda e com Adrilles na noite da

		Festa Mexicana. Desenvolvimento: Após a saída de Talita, Luan fica meio excluído na casa. O participante começa a fazer uma sequência de provocações a Amanda. Ao ouvir Fernando chamar Amanda e ela dizer que não vai, Luan diz que duvida e diz a Fernando que ela vai. Ele diz a Amanda que ela fica a disposição de Fernando. Amanda se irrita e diz a Luan que ele cuide da vida dele. Em outro momento, Luan aproveita um comentário de Mariza para dizer que Amanda só fica bonita com muita maquiagem. Ele ri e debocha da participante. Durante a Festa Mexicana, estão na Festa apenas Amanda, Luan e César. Luan se aproxima de Amanda e começa novamente a provocá-la. Luan diz que Amanda fica o tempo inteiro atrás de Fernando e que todos na casa percebem isso. Amanda se chateia, empurra Luan e entra na casa chorando. Vai até o quarto onde estão os demais participantes, conta o que ocorreu e chora. Fernando e Rafael vão até a Festa falar com Luan. Ele disse que Amanda fica olhando para Fernando e ninguém tem coragem de falar, mas que ele fala. Fernando diz que a relação dele com Amanda é só de amizade e Luan diz que Amanda critica Fernando. Ao escutar isso Fernando diz que está cansado e sai. Fernando volta para o quarto e chora, diz que está com vontade de ir embora. Adrilles e Tamires dizem que Fernando está caindo na estratégia de Luan. Clímax: Luan entra no quarto e chama Fernando para conversar, Fernando diz que não quer. Luan descontrolado envolve Adrilles na discussão e os dois quase brigam fisicamente. Por vários momentos os participantes precisaram segurar Luan, para que ele não agredisse Adrilles. Desenlace: No dia seguinte após a discussão, Luan foi pedir desculpas a Fernando que estava na piscina. Fernando disse a Luan que ele tocou em um assunto que desestabilizou por muito tempo a casa, e que só dizia respeito a Fernando e a Amanda. Luan reconheceu que se excedeu. Amanda, que estava do outro lado da piscina, disse que não desculpa Luan e que não quer que ele toque
--	--	--

			mais no nome dela. Luan percebe que após a briga geral com a casa, acabou se comprometendo de forma negativa.
--	--	--	---

Arco 1 – Luan – o roubo de um nuggets e a casa toda no “Tá com nada”



Figura 106: Talita leva nuggets para os participantes comerem com cerveja e Luan brincando pega um nugget.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 107: Luan olha para os lados para saber se está sendo visto.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 108: Luan levanta e coloca o nugget no bolso.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

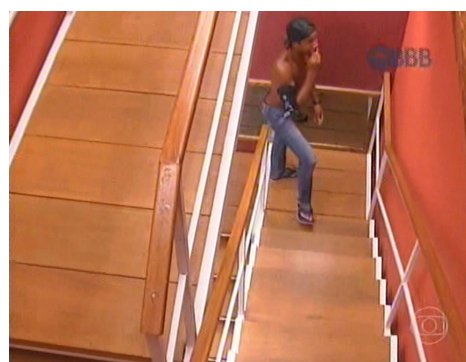


Figura 109: Luan procura um local escondido da casa para comer o nugget.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 110: os participantes preparam o almoço e são solicitados a irem para a parte externa da casa.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 111: quando a casa é liberada os participantes descobrem que a comida foi levada, que a geladeira está lacrada e que eles estão todos no “Tá com nada”.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

Arco 3 – Luan briga com Amanda e com Adrilles



Figura 112: Luan isolado pelo grupo antes da eliminação de Talita.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 113: Luan começa a provocar Amanda na Festa Mexicana.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 114: Luan continua provocando Amanda e coloca o dedo na cara dela.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 115: Amanda se irrita e levanta. Luan continua provocando Amanda.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 116: Amanda entra no quarto chorando e diz que Luan acabou de tirar o equilíbrio dela.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 117: Após ir ao jardim conversar com Luan, Fernando entra no quarto e chora.

Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 118: Luan entra no quarto para falar com Fernando, que não quer ouvir.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 119: Luan acaba se dirigindo a Adrilles e começa uma discussão com Adrilles.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 120: Luan exaltado coloca o dedo no rosto de Adrilles.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 121: postura agressiva de Luan sobre Adrilles.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 122: postura agressiva de Luan sobre Adrilles.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 123: postura agressiva de Luan sobre Adrilles.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 124: Luan e Adrilles continuam a discussão na cozinha.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 125: Luan e Adrilles discutem.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 126: Luan e Adrilles quase chegam as vias de fato.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*



Figura 127: Luan e Adrilles quase chegam as vias de fato.
Fonte: *Big Brother Brasil 2015*

A estruturação dos fios narrativos principais e secundários a partir das situações vivenciadas pelos participantes dentro do programa nos permite a visualização de cenas com forte apelo dramático. A edição de imagens prioriza ângulos, enquadramentos e roteirização de forma que o enredo seja contado sem a presença de um narrador, mas com coerência narrativa e mecanismos que exploram os conflitos vivenciados. Tais mecanismos não se mostram apenas nas cenas em que há discussões, brigas ou situações de choro. A produção busca por meio de uma edição de imagens linear, que em muitos casos de utiliza de recursos a exemplo do flash-back, para criar uma narrativa coerente, onde possam ser explorados não apenas os conflitos externos, mas, sobretudo os conflitos internos pelos quais passam os participantes.

Assim como ocorre na teledramaturgia, o que impulsiona os conflitos presentes no enredo da décima quinta edição do *Big Brother Brasil* são das mais diversas ordens, e vão desde relacionamentos amorosos, incompatibilidade de gênios, disputa por poder, busca pelo

autoconhecimento, entre outros. A grande diferença entre os dois formatos, é que na teledramaturgia atores interpretam falas pré estabelecidas, enquanto no *reality show* os conflitos são gerados a partir de situações reais, vivenciadas por atores sociais, que no entanto cumprem situações pré estabelecidas pela direção do programa.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação, analisou-se a presença de elementos da teledramaturgia no *Big Brother Brasil* em sua décima quinta edição. Para que se pudesse entender a relação entre a teledramaturgia e o programa analisado se fez necessário pontuar aspectos que permeiam o gênero *reality show*.

Ao surgir com maior força no fim do Século XX e início do Século XXI, os *realities shows* entraram na mídia com a etiqueta de um novo gênero. A proposta era oferecer um produto inovador em que a base fosse formada por pessoas reais, vivenciando situações reais. No entanto, o que se relacionava à inovação do gênero estava mais voltado ao hibridismo do seu formato do que para a promessa da venda da realidade distanciada do aspecto de show. O “novo” gênero utilizava diversos outros aspectos já consagrados tanto na televisão brasileira como mundial. É possível encontrar em seu formato elementos dos *talk shows* por meio da participação do público, do jornalismo através dos fatos narrados como matérias, programas de concurso, por meio da premiação, entre outros aspectos. É válido ainda pontuar que o programa se apóia no que Jost (2007) classifica como Mundo Lúdico, que se relaciona ao mundo das brincadeiras e dos jogos e tem como base o Mundo Real, que se refere à realidade e o Mundo Ficcional que remete à ficção. A estruturação destes mundos não é inflexível, e esta certa flexibilidade, em função do *tom* que assume, permite que a comunicação do gênero ao telespectador atenda aos interesses da emissora.

Outro aspecto a ser pontuado sobre os *realities shows* e, especificamente, sobre o *Big Brother Brasil*, objeto de análise, é que eles trazem consigo a questão da identificação e representação ao trabalhar a formação de arquétipos. A televisão cria um guia identitário em que libera, nos telespectadores, a produção da imaginação por meio desses modelos físicos, psicológicos, sociais, políticos ou ideológicos. Tais modelos são criados e neles são reconhecidos pelos telespectadores. O programa gera uma oportunidade de identificação muito grande por parte do telespectador que se constitui em uma grande vitrine com prateleiras cheias dos mais diferentes públicos ao expor participantes de idades, regiões, culturas, crenças e atitudes diferentes. Neste contexto, a universalidade do conteúdo apresentado no *Big Brother* é um aspecto de fundamental importância. Seus participantes, assim como todo e qualquer cidadão do mundo possui sonhos, desejos, decepções, frustrações. Outro aspecto relacionado ao caráter universal, é que, muitas vezes, a dinâmica dos programas envolve situações cotidianas vivenciadas na sociedade de forma geral, como o dia a dia de uma casa – *Big Brother*. Para Castro, (2006 p.21), o espectador se identifica “com

as alegrias e com os sofrimentos dos personagens, ao interessar-se por seu destino, ao possuir suas mesmas esperanças, ao viver sua vida [...]”.

Diante do exposto, analisando-se os elementos que permeiam tanto o *Big Brother Brasil*, como as telenovelas, produto da teledramaturgia brasileira que tem maior penetração junto ao público, é possível encontrar pontos de interseção entre os dois produtos. A partir da construção do enredo da novela, a estruturação dos personagens que irão compor a trama é realizada a priori, ou seja, antes que a trama comece já se sabe quais personagens terão maior ou menor importância em função do seu papel na história que será contada. Esta importância os classifica em núcleo protagonista ou secundário.

No contexto do *Big Brother Brasil 15*, esta estruturação de personagens é realizada a posteriori, ou seja, depois que o programa começa e que algumas atitudes e comportamentos são percebidos por parte da produção. Esta categorização de personagens, no *reality show* analisado, se deu em face tanto das características físicas, quanto das psicológicas e de modos de ser. Neste contexto, foi possível constatar que há um reforço na construção dos personagens por parte da direção do programa ao nomear os personagens em função destas características como “Apanda”, “Ferlindo”, entre outros. A criação de perfis bem definidos no *Big Brother Brasil 15* se utiliza de um recurso da teledramaturgia tanto na criação de identificação com o telespectador, já que esse se vê em maior ou menor grau e, portanto, passa a fazer parte daquele mundo, como auxilia na contextualização deste participante. A partir da importância deste personagem nos acontecimentos da casa ele tem maior ou menor participação no enredo a ser contado, e é colocado como protagonista coadjuvante. Tal estruturação, como foi possível constatar, se dá em função da importância atribuída pela direção na edição de imagens e no tempo maior ou menor que estes participantes permanecem durante a exibição do programa.

Constatou-se, na análise realizada neste estudo, a hipótese de que o *Big Brother Brasil 15*, assim como a teledramaturgia, conta com a construção de um arco central e diversos fios narrativos tanto principais, quanto secundários. A partir da teoria Aristotélica, o drama tem como base o conflito. Na moderna teoria dramática de Hegel, o drama se constitui pelo fundamento Aristotélico do conflito, associado à dialética. O conflito seja ele associado ou não a dialética é o elemento fundamental na construção do arco e está presente no produto televisual analisado. O primeiro arco que trata do relacionamento entre Amanda e Fernando traz ao enredo uma série de situações conflituosas que vão desde a indecisão de Fernando no início do programa sobre ficar ou não com Aline para não magoar Amanda, até o final do programa quando o participante mesmo hesitante decide ficar com Amanda, mas com receio

do quanto isso irá decepcionar Aline. Na ótica deste estudo, dentre as situações com maior apelo dramático, destacadas pela edição de imagens do programa relacionadas ao primeiro arco, está à conversa entre Amanda e Fernando, quando a participante, sentada na escada, pergunta a Fernando se ele beijou Aline, e ele diz que sim. A presença do conflito é marcante na cena em função de diversos aspectos. O aspecto mais básico está relacionado ao fato de que Fernando, por não desejar magoar Amanda, tanto não assume plenamente que ficou com Aline, dizendo apenas que “acabou acontecendo”, como ao ver Amanda chorar, acaba também por chorar e diz que não vai mais ficar com nenhuma das duas. Há o conflito de vontades em que o ser desejado, Fernando, não corresponde ao desejo de Amanda. Esta expõe, a partir da sua aparente dor, o quanto tal rejeição a fragiliza. Ela pontua o quanto sua autoestima está baixa por Fernando não a ter desejado. A edição de imagens que mostra como este fio narrativo foi construído valoriza a alternância entre um plano mais geral para contextualização e planos americanos e closes, nos momentos mais dramáticos do diálogo.

Outro fio narrativo importante que se relaciona ao primeiro arco é o fio que trata do boato inventado por Angélica e Amanda de que o Anjo seria dado para Adrilles ou César e não para Amanda como seria mais óbvio. Com medo de que Aline seja indicada ao Paredão, Fernando vota em Angélica e tem seu voto revelado o que causa entre ele a participante, além de um mal-estar, um sentimento de rivalidade que perdura até a saída de Angélica do Programa. Fernando fica entre o dilema de proteger sua namorada e votar em alguém que ele até então se relacionava bem na casa. A rivalidade causada pela não aceitação do romance de Aline e Fernando por Amanda acabou por gerar na casa, além de pequenos conflitos, o embate entre as duas mulheres do triângulo amoroso no Paredão. Ao disputar a permanência no programa e vencer Aline, Amanda viu seu amado sofrer. Fernando se isolou, chorou, beijou a foto de Aline e, por várias vezes, teve dúvidas tanto do que sentia por Amanda, quanto se deveria ou não se envolver com a participante.

O segundo arco trata do desejo de Fernando por Aline aliado ao conflito por não querer magoar Amanda. Após finalmente se decidir por Aline, depois de muito se julgar, Fernando começa na casa uma trajetória de luta, para que seu relacionamento consiga sobreviver ao grupo de Amanda, seu adversário na casa. O romance vivido por Aline e Fernando foi breve e a ausência da participante protagonizou boa parte do que a direção do programa organizou dentro do contexto dramático.

Assim como nos exemplos anteriores, a valorização da edição de imagens, ângulos e enquadramentos trouxeram a essência da teledramaturgia ao terceiro arco, que trata da trajetória de César ao primeiro lugar do programa e ao prêmio de um milhão e meio de reais.

O participante que dizia se sentir isolado e que segundo seus companheiros se isolava, escolheu pautar seu comportamento por ações éticas e acabou por sofrer consequências, já que despertou a rejeição de seus colegas por não combinar e não revelar seu voto. César virou alvo das votações da casa e participou de cinco Paredões. Além da tensão de ser indicado e não saber se iria permanecer na casa, César ficou por cinquenta e cinco dias de confinamento no grupo do “Tá com nada” e tinha sua alimentação restrita a feijão, arroz, ovo e goiabada. César teve ainda que conviver na casa com a sequência de derrotas nas provas seja do Anjo ou da Liderança. O fato de estar sempre no “Tá com nada” e de perder todas as provas até ganhar a última, que finalmente o colocou na final, trouxe alguns momentos de choro e desânimo ao participante. A edição de imagens mostrava César falando sozinho, conversando com a estátua do jardim, se exercitando na academia, rezando, lendo, dormindo. A ideia de alguém solitário que luta contra todos foi se construindo pelo personagem “Cezinha Sozinho”, criado pela produção.

Dentre os arcos secundários, o que envolve a participante Tamires é o de maior carga dramática. Tamires entrou na casa com objetivo de ganhar dinheiro e ao perder sistematicamente as provas de liderança viu a cada semana seu objetivo se tornar mais distante. O fato de também estar no grupo “Tá com nada”, com dieta restrita, também causou em Tamires uma espécie de transtorno alimentar, já que durante as festas ela comia de forma excessiva e depois se sentia mal. Tamires acabou por engordar e isso a incomodava. A saudade de casa e a paixão que Adrilles nutria pela participante também eram fatores que desestabilizaram a participante e geraram cenas que foram valorizadas pela produção. As crises de choro a cada prova perdida, a saudade de casa, o incômodo pela insistência de Adrilles, como o problema da participante com comida forneceram à produção cenas de cunho dramático. O remorso que Tamires sentiu, depois de ter bebido demais e beijado Rafael, assim como a decisão de deixar o programa foram o ápice de um período de sofrimento.

Entende-se que os acontecimentos ocorridos na casa se transformam em cenas em função do que se classificou como estruturas cênicas, que se constituem nos locais preparados pela produção para o convívio dos participantes. Tais espaços, a exemplo do jardim onde ocorrem as festas e provas e sala em que acontecem as votações, são preparados estrategicamente e com funções bem definidas. Há por parte da produção uma censura sobre em quais locais os participantes podem estar em determinados horários, o que acaba por direcionar, mesmo que de forma indireta, quais ações podem ocorrer nestes locais.

Embora este estudo seja apenas um primeiro olhar entre a teledramaturgia e o *reality show*, um gênero que se configura como a realidade distanciada do show, espera-se que alguns pontos de interseção possam ter sido ressaltados. A formação de personagens, a construção do arco e fios narrativos, assim como as estruturas cênicas foram alguns dos aspectos que se compreendeu como de fundamental importância na desconstrução da etiqueta de gênero, proposta pela emissora, como forma de um pensamento um pouco mais crítico. Por fim, entende-se que o presente trabalho se constitui em um estudo preliminar, e espera-se aprofundá-lo posteriormente.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES, Horácio, Longino; **A poética clássica**; tradução direta do grego e do latim por Jaime Bruna. 12. Ed. – São Paulo: Cultrix: 2005.

ARISTÓTELES, **Poética**. Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa. 2004.

ARAÚJO, João Eduardo Silva de. **Crystal Blue Persuasion: A construção do mundo ficcional no seriado televisivo *Breaking Bad***. Salvador, 2016.

BALOGH; Anna Maria. **O Discurso Ficcional na TV: Sedução e Sonho em Doses Homeopáticas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

BASTOS, Elizabeth. **Televisão: ensaios metodológicos**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

BASTOS, Elizabeth; CASTRO, Maria Lília. **Em torno das mídias: práticas e ambiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BORGES, Gabriela; FILHO, João Freire. **Estudos de televisão: diálogo Brasil-Portugal** – Porto Alegre: Sulina, 2011.

BOURDIEU, Pierre, **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.

BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo. Boitempo Editorial, 1997.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiência?** São Paulo. Ed. Paulus, 2006.

CAMPANELLA, Bruno. **Perspectivas do cotidiano: um estudo sobre os fãs do Big Brother Brasil**. Rio de Janeiro, 2010

CAMPOS, Flávio de. **Roteiro de cinema e televisão: A arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma estória** – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

CARLÓN, Mario; FECHINE, Yvana. **O fim da televisão**. Mario Carlón e Yvana Fechine (orgs); Tradução de Diego Andres Salcedo. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Ed. Contexto, 2006.

ECO, Umberto. **Sobre os espelhos e outros ensaios**. tradução B. Borges. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1989.

FONTANILLE, Jacques. **Significação e visualidade** – exercícios práticos. Tradução de Elizabeth B. Duarte e Maria Lília. Porto Alegre: Sulina, 2005.

GOMES, Itânia Maria Mota Gomes (Organização) **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2009.

JOST, François. **Compreender a televisão**./François Jost. Tradução Elizabeth Bastos Duarte, Maria Lília Dias de Castro e Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**./François Jost. Porto Alegre: Sulina, 2004.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução Susana Alexandria – 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LOPES, . **DICIONÁRIO DE TEORIA NARRATIVA**. São Paulo: Ática, 1988

LUNA, Sandra. **Dramaturgia e cinema: ação e adaptação nos trilhos de Um Bonde Chamado Desejo**. João Pessoa: Ideia, 2009.

MACIEL, Luiz Carlos. **O poder do clímax**: fundamentos do roteiro de cinema e TV. Rio de Janeiro: Record, 2003.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

MATTOS, Sérgio Augusto Soares, **História da televisão brasileira** – Uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Editora Vozes, 5. Ed, 2010.

ORWELL, George. **1984**. Tradução Alexandre Hubner, Heloisa Jahn – São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de Televisão**. São Paulo: Moderna, 1998.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart, e SACRAMENTO, Igor, e ROXO, Marco. **História da Televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2010.

ROSENFELD, Anatol. **O teatro Épico**. Editora Perspectiva. São Paulo. 2011.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Tomaz Tadeu (org). **Identidade e diferença**: A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis. RJ Ed. Vozes 2014

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**. Função e linguagem da televisão no Brasil. Ed. Vozes. 6º Edição, 1999.

SODRÉ, Muniz. **A Máquina de Narciso – Televisão, Indivíduo e Poder no Brasil**. Achiamé. Rio de Janeiro, 1984.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

SZONDI, Peter. **Teoria do drama moderno** (1980-1950). Título Original: Theorie des Modernen Dramas 1980-1950. Tradução: Luiz Sérgio Rêpa. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2001.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 9. ed. Petrópolis: Ed. Vozes, 2008.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

Site Globo Play acessado dia 10/03/2016 às 15h07m: <http://globoplay.globo.com/v/1892340/>