

O caótico reality show da celebridade Britney Spears¹

Ana Raquel Romeu AGUIAR²
Rafael Rodrigues da COSTA³
Universidade Federal do Ceará

Resumo

Esse artigo busca analisar o *reality show Britney & Kevin: Chaotic*, da cantora Britney Spears e o motivo pelo qual foi criado. Foram observadas a tentativa de desconstrução da ideia de olimpiano e os recursos audiovisuais utilizados para construir uma ideia de verdade. Durante todo o artigo, foi utilizada a metodologia qualitativa, com análise de imagens, e foi baseada em conceitos da teoria culturalógica.

Palavras-chave: Britney Spears; *Reality Show*; audiovisual; celebridades; verdade.

1. Introdução

Cultura *pop*, segundo Martin C ezar Feij o,   “uma representa o artística que tem grande difusão na média e que aspira atingir um público cada vez maior”. Ela é caracterizada pelo cunho massivo e pelo diálogo arte-consumo.

Essa cultura   interligada com a indústria cultural. Em ordem a se manter relevante dentro desse mundo, os artistas criam diversos objetos de consumo específicos. Perfumes, biografias, roupas, acessórios e produ es audiovisuais estão cada vez mais frequentes, com diferenças mínimas entre os produtos de diferentes celebridades.

É nesse contexto que um dos maiores ícones da cultura *pop*, a cantora Britney Spears, lançou, em 2005, um *reality show* intitulado *Britney & Kevin: Chaotic*, cuja história é focada em seu relacionamento com Kevin Federline.

Esse artigo busca analisar o programa a partir do conteúdo presente no dvd *Britney e Kevin: Chaotic... The DVD & More*, de setembro de 2007, e a metodologia utilizada foi a qualitativa, cujo objeto de estudo é analisado e interpretado. A pesquisa foca em esclarecer o objetivo do programa, bem como interpretar a escolha das cenas e o estilo em que foram produzidas. Além disso, serão analisados comentários de pessoas sobre o show (nesse artigo, serão usados os do site IMDb) para saber se, no fim, o objetivo foi alcançado. Para isso, serão utilizados ideias e princípios da teoria cultural gica.

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Rádio, TV e Internet do XVIII Congresso de Ciências da Comunica o na Região Nordeste, realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de Gradua o 4  semestre do Curso de Comunica o Social – Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, e-mail: anaraqueen@alu.ufc.br.

³ Orientador do trabalho. Professor e coordenador do Curso de Comunica o Social – Jornalismo da Universidade Federal do Ceará, e-mail: rafaelrg@gmail.com.

2. A franquia Britney Spears

No início do século XX, no cinema hollywoodiano, foi percebido que a divulgação de filmes era mais eficiente quando era focada nos atores do que nos produtos. A partir dessa época, a comercialização da imagem dos artistas se tornou mais frequente, principalmente em vendas de produtos massivos. Os limites entre o pessoal e o profissional são quebrados e a vida pessoal da celebridade se torna tão rentável quanto a sua vida profissional.

Com a princesa do pop não é diferente. Sua divulgação não é apenas como uma pessoa, mas como um produto, uma franquia. É criada pela mídia uma *persona* da cantora para que seja vendida para o público e aclamada por eles.

Um acontecimento comum é a associação dessa *persona* à venda de produtos. Quando você consome, por exemplo, o perfume da Britney Spears, você não está comprando o perfume em si, mas a imagem da cantora que foi construída e associada ao perfume. É exatamente isso que ocorre em *Chaotic*. O público-alvo – os fãs da Britney – não assistem ao programa e compram produtos provenientes dele por causa do show em si, mas pela imagem da ídolo associada a ele.

3. Humanização

Fabiana Moraes da Silva, em seu texto “A não-notícia, um produto do infoentretenimento”⁴ descreve a figura dos olímpianos como indivíduos “que trazem em si os conceitos míticos da beleza e sucesso.” Essa imagem é construída com o aparecimento das chamadas não-notícias, baseadas em pseudoeventos – eventos planejados para parecerem verdadeiros e espontâneos – e criadas para alimentar a própria mídia.

A não-notícia, como produto do infoentretenimento, tem como objetivo criar uma narrativa realista – a mistura do real com o ficcional – que atinja subjetivamente o leitor. Essa não-notícia, aliada à imagem do olímpiano, cria uma situação perfeita (como a imagem do próprio olímpiano) e que sirva de inspiração para os não-olímpianos. Um dos exemplos que Moraes utiliza em seu texto, é uma notícia da revista *Caras*, em que um

⁴ Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p99/10226>. Acesso em: 24/04/2016.

pedido de casamento entre duas celebridades é narrado de um modo ficcional, mas real ao mesmo tempo, como um momento espontâneo perfeito, uma felicidade perfeita. Esse paradoxo do real-ficcional se torna cada vez mais frequente no mundo das celebridades.

Britney, em seu *reality*, tenta desconstruir essa imagem do olimpiano criada pela mídia. Durante boa parte do programa, ela afirma que, mesmo ela sendo uma celebridade, ela não é diferente dos espectadores. Em um de seus confessionários, no primeiro episódio, ela diz que deseja amor e compromisso, que nem a maioria das pessoas. O reality mostra alguns de seus problemas pessoais, como o medo de andar de avião e ela pedindo batata frita após ser rejeitada, tudo com o objetivo de mostrar que ela não é perfeita, como as não-notícias querem vender ao público. Ela se vê como um não-olimpiano e ela quer que as pessoas as vejam através do *reality show*. E o estilo que o programa é produzido é uma evidência disso e será analisada posteriormente.

4. A verdade que devemos lidar

Em 2004, a cantora lançou um single chamado “*My Prerogative*”⁵, música original de Bobby Brown com algumas mudanças na letra para se adequar à realidade dela. Uma das mudanças foi o acréscimo de uma estrofe, logo na primeira parte da música. A letra, traduzida para o português é essa:

“As pessoas podem tirar tudo de você
Mas elas nunca poderão levar embora a sua verdade
Mas a questão é
Você aguenta conhecer a minha?”

A estrofe foi inspiração para alguns aspectos do reality. A palavra-chave do *chaotic* é verdade. Durante todo o programa, uma ideia de verdade é vendida do começo ao fim. O slogan do show é *Can you handle our truth?* (você consegue lidar com a nossa verdade?). Na própria abertura, o show é vendido como “nu e cru”, como pode ser visto nas imagens abaixo:

Figuras 1 e 2: Introdução do programa

⁵ Disponível em: <http://www.vagalume.com.br/britney-spears/my-prerogative-traducao.html>. Acesso em 24/04/2016.



Fonte: Reprodução

Além disso, uma das frases mais icônicas de Britney – que posteriormente virou verso de uma de suas músicas – era que as pessoas poderiam tirar tudo de você, menos a sua verdade. Esse artigo, no entanto, pretende mostrar o quão construída é essa imagem.

4.1. A verdade construída dos reality shows

O conceito de *reality show* foi definido por Luís Mauro Sá Martino como “uma situação artificial preparada e apresentada como realidade.” Os realities são vendidos como a verdade nua, real, ao vivo. No entanto, assim como todo produto jornalístico, a verdade é construída, é planejada, é um simulacro. O programa tem um tempo limite e é necessário que o programa se encaixe nesse tempo. Assim, as cenas são selecionadas, construídas – ou até mesmo distorcidas – e divulgadas. O que não foi selecionado nunca será descoberto pelo telespectador, é como se não existisse. No mundo dos realities, a edição é o roteiro.

Suzana Kilpp (2008) introduz o conceito de *eticidade*: seres que são vendidos como verdade, mas que são construções televisivas. Algo que é muito comum em *reality shows*, principalmente *reality houses* (Big Brother Brasil, A Fazenda, Casa dos Artistas), é a transformação de dois acontecimentos diferentes em um novo acontecimento – uma *eticidade* – a fim de gerar drama, um dos principais fatores de audiência desse tipo de programa.

François Jost classifica o *reality show* como a linha tênue entre o mundo real, fictício e lúdico, onde se pode se deslocar com facilidade, dependendo da situação. Segundo ele, a principal diferença entre esse gênero e o documentário é o modo de como as *personas* agem. No primeiro, há uma espetacularização dos atos, como se os participantes estivessem em frente a um público, algo que não ocorre no segundo.

O *reality show* pode ser visto em três perspectivas diferentes: a perspectiva da verdade, que é vendida ao público; a perspectiva da ficção, que é criada pelos produtores e

editores do programa; a perspectiva de jogo, vivida, principalmente, pelos participantes. A ideia de jogo predomina, principalmente, em *realities* competitivos, em que você precisa vencer os outros participantes para ganhar uma recompensa. No viés psicológico, há uma relação de poder entre os produtores do show e do participante, chamado poder por recompensa. Esse poder é baseado em promover recompensas às pessoas caso alcance um objetivo, a fim de gerar motivação nas pessoas. No contexto do *reality*, a recompensa aumenta a competitividade dos participantes e fortalece a ideia de jogo.

Outro aspecto importante nos *realities* é o confessionário. Kilpp caracteriza o confessionário como o único lugar de privacidade, onde a pessoa revela sua opinião sobre algum acontecimento. Em *realities* como o Big Brother, o confessionário é o único lugar de interação exclusiva entre apresentador e participante, onde por onde a votação é mediada. Há aqui a introdução do conceito de moldura: territórios que produzem experiência ou significado. No caso do confessionário, a moldura produz o significado de privacidade e segredo.

É importante ressaltar que nesse gênero há uma vigilância lateral, ou seja, o telespectador e o participante são colocados num mesmo nível do programa. Essa falta de hierarquia aumenta o chamado voyeurismo televisivo, pois gera um efeito de identificação e inspiração, semelhante ao da não-notícia. O voyeurismo é fortalecido pelos recursos audiovisuais dos shows, como o uso de câmeras em aberturas, o que perpetua a ideia de espionagem. Em uma matéria do jornal cearense Tribuna do Ceará⁶ sobre o assunto, os leitores são alertados pelo perigo dessa vigilância, pois é muito fácil hoje em dia perder o limite entre o pessoal e o profissional, e uma pessoa conhecer outra sem ter convívio ou ter convívio minúsculo com ela. Esse segundo exemplo é evidente no programa, pois a princesa pop quer que o povo conheça quem ela é além da celebridade.

4.2. Construção da narrativa

Em *Britney & Kevin: Chaotic*, muitas das características citadas acima são evidenciadas. A ideia principal do filme é mostrar o relacionamento entre o casal, desde quando se conheceram (primeiro episódio) até quando se casaram (último episódio). Há, durante esse trajeto, cenas de drama, por exemplo, o segurança de Britney, Big Mo, não tendo uma boa impressão sobre Kevin e, a partir daí, surge uma breve busca pela aceitação.

⁶ Disponível em: <http://tribunadoceara.uol.com.br/audios/tribuna-band-news-fm/voce-sabe-o-que-e-vigilancia-lateral-ela-e-perigosa-e-comum-no-mundo-das-redes-sociais/>. Acesso em 24/04/2016.

Outros dramas presentes são as brigas entre os dois e a rejeição de Britney após se declarar a ele.

No primeiro episódio, Britney começa a questionar os membros da sua equipe sobre compromisso e casamento e fala de suas opiniões sobre esse tema. De início, ela diz que não acredita em casamento, mas ao conhecer Kevin, esse pensamento vai mudando até que, no último episódio, eles se casam, construindo a ideia de que o amor deles é tão verdadeiro que mudou as ideologias da estrela pop.

O próprio casamento dos dois vende uma ideia de simplicidade e naturalidade. Foi uma cerimônia surpresa, em um local escondido (dentro de uma casa), com poucas pessoas convidadas (poucos amigos e membros da família), tudo isso foge da ideia de perfeição olimpiana.

Ainda no último episódio, há uma cena surpresa: uma mensagem de Kevin, que nem Britney sabia da existência. A surpresa, além de ser um elemento-chave em *reality shows*, reforça a ideia de autenticidade do casamento.

O confessionário, no programa, é utilizado para fazer comentários sobre assuntos, como se fosse uma entrevista. Nele, há emissão de opinião, como Britney falando sobre ser igual ao público, e reações, tudo isso em um simples cômodo para gerar efeito de naturalidade.

No entanto, toda essa verdade que eles querem tanto provar é construída, assim como todo programa televisivo. O período de tempo entre o dia que eles se conheceram até o dia do casamento é enorme e precisava ser encaixado em cinco episódios que possuem entre trinta e sessenta minutos. Haverá uma forte seleção de cenas, nesse caso o que soa mais verdadeiro e natural, para que seja vendida ao público. Algumas cenas extra, que também expressam a ideia de verdade, foram escolhidas para o dvd, mas o período de cenas ignoradas é longo e não será visto pelo público, então há uma grande possibilidade de existir cenas que vão de encontro à intenção do casal, que é fortalecida pelo estilo da produção audiovisual.

4.3. *Imagens caseiras*

A maioria dos vídeos do programa foi gravada pelos protagonistas. Em grande parte das cenas, há vídeos dele filmando uns aos outros. Na abertura do programa, é enunciado várias vezes que eles produziram o *reality*.

Figuras 3 a 7: Os protagonistas como produtores e cinegrafistas



Fonte: Reprodução

Outro fator é que explicita quem está gravando os vídeos amadores, como dá para ver nas imagens abaixo:

Figuras 8 e 9: Cenas que mostram quem está gravando o momento



Fonte: Reprodução

Os próprios ângulos em que estão sendo filmados fortalecem a ideia de amorismo e verdade.

Figuras 10 a 12: Enquadramento de cenas



Fonte: Reprodução

A relação entre a produção audiovisual e a ideia de verdade vem da ideia de tom. Elizabeth Bastos Duarte (2007) define o tom como determinados traços estruturados

para perpetuar uma ideia, uma impressão. Caso o tom não consiga passar a ideia desejada, todo o programa pode ser comprometido. No caso de *chaotic*, as filmagens amadoras e acontecimentos simples dão a impressão de simplicidade, realidade e verdade que Britney tanto deseja passar.

Contemplada a essa ideia, Patrick Charaudeau afirma que a encenação midiática é composta por visibilidade do evento (dramatização), legibilidade (simplificação) e seriedade (autenticação). Como a intenção do *reality* é evitar a seriedade, todo o programa é construído de um modo que pareça totalmente autêntico e, assim, o objetivo da cantora seja bem sucedido.

4.4. Trilha sonora

Junto com o DVD, foi lançado um EP homônimo ao *reality*. A versão americana possui três músicas, todas com alguma relação ao *reality*: *chaotic* é a abertura do programa, *someday (I will understand)* teve o vídeo lançado no último episódio e *mona lisa*⁷ sintetiza o que a princesa tenta passar no programa. Já no primeiro verso, isso se torna evidente:

“Senhoras e Senhores, eu tenho uma historinha pra contar
Sobre Mona Lisa, e como ela caiu de repente
Olha, todos conheciam ela, ah eles conheciam ela tão bem!
E agora eu estou contando, pra libertar ela de sua maldição”

Mona Lisa faz apologia à Britney. A repentina queda é representada pela sua imagem exclusivamente como celebridade. O terceiro verso é uma ironia sobre como a grande mídia a via, enquanto a maldição citada no último verso seria a imagem de olimpiano.

No segundo verso, há mais analogias:
“Ela foi levada pra baixo, afogada na sua sede
Correndo como um anjo, ela estava chorando e não pode ver!
Agora veja, todos estão assistindo ela cair
Eles querem que ela fracasse
E seja a lenda de uma queda”

⁷ Disponível em: <http://www.vagalume.com.br/britney-spears/mona-lisa-traducao.html>. Acesso em 24/04/2016.

Os dois primeiros versos falam sobre ela, da sua relação conturbada com a mídia, de como ela tem dificuldade emocional de se adaptar com a perseguição pelos *paparazzi* devido à imagem de celebridade. Enquanto isso, os três últimos versos podem ser lidos como referências à recepção do programa.

5. Pós show – considerações finais

Tornou-se evidente que a verdade vendida pelos *reality shows*, incluindo o de Britney, é uma realidade fabricada. Diversas cenas são selecionadas para construir a ideia desejada, no caso do objeto estudado, a ideia de verdade.

No entanto, o programa não surtiu o efeito esperado. Foi bastante criticado pelo público, pois foi considerado superficial. Muitos, de acordo com os comentários do site IMDb, esperavam que o programa mostrasse as dificuldades da vida de celebridade, não as caras e bocas que o casal fazia nos vídeos caseiros. A crítica não aprovou os vídeos caseiros e denunciou uma imagem narcisista e ao mesmo tempo fabricada da cantora pop. O programa foi cancelado em sua única temporada.

Britney tentou, durante todo o programa, desconstruir a ideia de celebridade, tentou se igualar ao público-alvo. A cantora não aguentava a ideia de fama e a perseguição de *paparazzis*, como pôde ser visto em sua era negra, principalmente em 2007. Já no próprio EP, ela dá sinais de toda a situação, como pode ser visto na *bridge* de *Mona Lisa*:

“Senhoras, isso as faz chorar?

Mona Lisa tem que voar

Ninguém realmente chora

Todos, nós podemos ter um minuto de silêncio?

Agora mesmo”

Entretanto, a crítica interpretou seu comportamento como problemático e a estrela se arrependeu, dizendo que foi a pior coisa que ela fez em toda a sua carreira. Não só ela, na verdade: Mendonça cita, em sua monografia⁸, sobre fontes próximas à cantora que já sabiam que o resultado seria ruim, que destruiriam a imagem criada dela – o que ela queria, mas não de uma forma boa. No final das contas, a mídia continuou a persegui-la, porém de modo mais tóxico.

⁸ Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/tede/handle/ri/4325>. Acesso em: 24/04/2016.

Portanto, a criação e a recepção do show gera uma reflexão sobre o endeusamento das celebridades. Colocá-las em outro patamar é desconfortável para elas, pois gera uma excessiva perseguição e perda da privacidade, com a mistura da vida profissional e pessoal. Notícias de celebridades fazendo coisas comuns, como atravessar a rua, estão se tornando mais frequentes e isso precisa ser criticado. Uma atitude comum dessa só é notícia, pois a imagem de olimpiano foi construída na celebridade, quando não é isso que elas desejam. Chaotic é a prova concreta que Britney Spears proporcionou sobre o assunto.

Referências bibliográficas

- Britney & Kevin: Chaotic... The DVD & More [DVD]. Zomba Recording LLC; 2005. DVDs: som, color, 4 3/4 pol.
- SPEARS, Britney - Britney & Kevin: Chaotic. Estados Unidos; JIVE Records, 2005. 1 Disco Compacto (CD). Faixas 1-3. Disponível em: <<https://open.spotify.com/album/1vTd9YWAo7zQVhWIDg5wE0>> Acesso em 21 abr. 2016.
- CASTILHO, Áurea. **Liderando grupos: um enfoque gerencial**. 2. Ed. 1992.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. **Televisão: entre gêneros, formatos e tons**. 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0399-1.pdf>> Acesso em 25 jun. 2015.
- KILPP, Suzana. **Audiovisualidades do voyeurismo televisivo: apontamentos sobre a televisão**. 1. Ed. Porto Alegre: Zouk, 2008.
- MARTINO, Luís Sá. **Teoria da Comunicação – Ideias, conceitos e métodos**. 4. Ed. Petrópolis: Vozes, 2013. P.157.
- MENDONÇA, Rhayssa Fernandes. **Um diálogo entre as representações sociais e as representações midiáticas da cantora Britney Spears**. 2013. 143 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)–Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/4325>> Acesso em 21 abr. 2016.
- <<http://revistaescola.abril.com.br/formacao/cultura-pop-michael-jackson-481091.shtml>> Acesso em 24 jun. 2015.
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Britney_and_Kevin:_Chaotic> Acesso em 25 jun. 2015.
- <<http://www.imdb.com/title/tt0460628/>> Acesso em 25 jun. 2015.
- <http://www.huffingtonpost.com/2013/12/09/britney-spears-on-chaotic-worst-thing-career_n_4411955.html> Acesso em 25 jun. 2015.
- <<http://comprendrelatele.blog.lemonde.fr/2008/10/22/interview-de-francois-jost-en-portugais/>> Acesso em 25 jun. 2015.
- <<http://www.ufrgs.br/alcar2015/patrick-charaudeau-fala-sobre-o-contrato-mediatico-em-conferencia>> Acesso em 25 jun. 2015.
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Britney_%26_Kevin:_Chaotic_%28album%29> Acesso em 24 abr. 2016.
- <<http://tribunadoceara.uol.com.br/audios/tribuna-band-news-fm/voce-sabe-o-que-e-vigilancia-lateral-ela-e-perigosa-e-comum-no-mundo-das-redes-sociais/>> Acesso em 24 abr. 2016.

<<http://www.vagalume.com.br/britney-spears/my-prerogative-traducao.html>> Acesso em 24 abr. 2016.

<[Http://www.vagalume.com.br/britney-spears/discografia/britney-kevin-chaotic.html](http://www.vagalume.com.br/britney-spears/discografia/britney-kevin-chaotic.html)> Acesso em 24 abr. 2016.