



***Sociedade do espetáculo:  
Reality Shows e a banalização da vida privada***<sup>1</sup>

Florentina das Neves de SOUZA<sup>2</sup>  
Renata de Paula dos SANTOS<sup>3</sup>  
Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

## RESUMO

O objetivo deste artigo é um olhar crítico, a partir da perspectiva espetacular de Guy Debord, sobre o suposto estupro ocorrido na décima segunda edição do *Big Brother Brasil*, apresentado pela Rede Globo em 2012. Acredita-se que abuso excessivo de assuntos banais são estratégias discursivas que contribuem para a alienação do público. Em Debord, o fato pode ser lido como a transformação do corpo em mercadoria. Ainda em 2012, mais dois episódios envolvendo participantes de *reality shows* foram tratados de forma sensacionalista pela imprensa. Maria Rita Kehl (2004) destaca que a audiência destes formatos pode ser explicada como a tentativa de flagrar expressões espontâneas na subjetiva alheia. Como observações resultantes da pesquisa, destaca-se o interesse do público pelo suposto crime, com crescimento de 80% da audiência do *BBB* no período.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Televisão; *Reality Shows*; Espetáculo; Guy Debord.

## Introdução

O *Big Brother* é um formato conhecido em várias partes do mundo. Criado em 1999, pela produtora holandesa Endemol, o programa, classificado como *reality show*, consiste no confinamento voluntário de participantes em uma casa, com monitoramento constante. Imersos na sociedade do espetáculo, conceito proposto pelo francês Guy Debord, os *reality shows* são recursos que contribuem para a alienação do público. Já que a proposta é tirar pessoas comuns do anonimato e torná-las estrelas efêmeras. Além do *BBB*, com a primeira edição exibida em 2002, a televisão brasileira já apresentou (e apresenta) outros programas do mesmo gênero, como: *Casa dos Artistas*, *A Fazenda* e *Mulheres Ricas*. Apesar de alcançar bons índices de audiência, o *Big Brother Brasil* tem

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora do departamento de Comunicação e do Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina, e-mail: [flora@uel.br](mailto:flora@uel.br)

<sup>3</sup> Jornalista pela UEL. Mestranda em Comunicação pela mesma instituição. Bolsista da Capes, e-mail, [renatapstos@hotmail.com](mailto:renatapstos@hotmail.com)



registrado sucessivas quedas. Em 2012, ano de exibição da 12ª edição, o *BBB* ganhou as manchetes nacionais e internacionais com a veiculação de cenas de um suposto estupro. O fato culminou na expulsão de um participante do programa e instauração de inquérito policial.

A proposta deste artigo é analisar a acusação de violência sexual com a perspectiva crítica de Guy Debord, já que a mídia, nas palavras do teórico configura a “manifestação superficial mais esmagadora” do espetáculo. (DEBORD, 1997). Destaca-se aqui o espetáculo com um conceito unificador de vários fenômenos sociais e ligado diretamente à esfera econômica. Para o desenvolvimento deste estudo foram utilizados textos jornalísticos que repercutiram o fato e reflexões teóricas inspirados em Debord, entre eles: Maria Luisa Belloni (2003), Maria Rita Kehl (2004) e Juremir Machado da Silva (2007). Acredita-se que características espetaculares sejam utilizadas em vários segmentos midiáticos, o *BBB* apresenta-se aqui apenas como um recorte.

Também em 2012 mais dois fatos envolvendo participantes de *reality shows* foi tratado em tom de espetáculo pela imprensa brasileira: as mortes da irmã da modelo Angela Bismarchi e da irmã do performer Léo Áquila, ambos participantes da 5ª edição de *A Fazenda* (Rede Record). Os assuntos foram anunciados em tom sensacionalistas em programas de variedades e até mesmo em telejornais.

No caso específico do *BBB12*, o suposto estupro elevou temporariamente a audiência em 80%. Para a psicanalista Maria Rita Kehl (2004), o interesse do público nestes formatos pode ser uma tentativa de flagrar expressões espontâneas da subjetividade alheia. No entanto, diante da tela, o espectador não percebe que o dia a dia na casa é orquestrado pela direção do formato, em um programa que acumula mais características de *show* do que de *reality*.

### **Guy Debord e a espetacularização midiática**

O crítico francês Guy Debord tornou-se referência, principalmente no campo da Comunicação, ao publicar, em 1967, o livro *A sociedade do espetáculo*. Com o seu trabalho traduzido para várias línguas, o teórico é considerado um importante pensador do século XX. Influenciado pelas doutrinas marxista e anarquista, participou da fundação da Internacional Situacionista (1957), movimento bastante influente nos processos de luta política, cultural e ideológica, A contribuição teórica mais difundida do autor é o conceito de espetáculo. Em Debord, o fato é descrito como unificador de



uma infinidade de fenômenos sociais da sociedade capitalista, que não se aplica apenas ao plano televisivo. O espetáculo é, portanto, uma realidade baseada na contemplação passiva.

A televisão é apontada por muitos autores como o meio mais característico da sociedade do espetáculo. Segundo Maria Rita Kehl (2004), desde sua criação, a televisão interfere, em escala planetária, na forma como se estabelecem as comunicações e os vínculos sociais. Cotidianamente, o aparato é utilizado nos mais diferentes lares e para os mais distintos fins. Para a autora:

A televisão, a publicidade e outros produtos da cultura industrializada dispensam os sujeitos de pensar, pelo menos enquanto eles ocupam a posição de espectadores. O binômio diversão/distração é a realização de um modo de ocupação do tempo livre que, sendo a continuidade lógica do tempo do trabalho alienado, não solicita o trabalho do pensamento. (KEHL, 2004, p. 57).

Na sociedade brasileira a influência da televisão é muito forte. Presente na casa da maioria dos brasileiros, ela é o principal mídia de informação no país. De acordo com Marcondes Filho (2009), a estrutura espetacular não é perceptível apenas nas novelas ou na grade de entretenimento, mas é estendida até mesmo ao telejornalismo, que se vende como um formato crítico, imparcial e diretamente vinculado aos fatos. Nesta perspectiva, a programação do meio tem a função de afastar o telespectador da realidade imediata e da problemática do dia a dia.

Nesta mesma perspectiva, José Arbex Jr. (2001) argumenta que o espetáculo midiático:

consiste na multiplicação de ícones e imagens, principalmente através dos meios de comunicação, mas também dos rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo, de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridade, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia. O espetáculo é a aparência que confere integridade e sentido a uma sociedade esfacelada e dividida. É a forma mais elaborada de uma sociedade que desenvolveu ao extremo o “fetichismo da mercadoria”<sup>4</sup> (felicidade identifica-se a consumo). (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.69-70).

---

<sup>4</sup> O fetiche se refere ao valor místico agregado à mercadoria que não é originado em seu valor de uso, mas em sua representatividade social.



## ***Big Brother Brasil* e a interatividade controlada**

O *Big Brother* e os demais *reality shows* são fenômenos globais de audiência e começaram a ganhar espaço na programação brasileira no início dos anos 2000. A cobertura destes programas inclui elementos semelhantes aos do jornalismo (apresentadores, entradas ao vivo e notícias sobre determinados fatos) e utiliza como plataformas a televisão aberta, televisão por cabo, *internet* e mídia impressa. O *Big Brother* chegou ao Brasil em 2002, na Rede Globo, após a veiculação de um formato similar no SBT em 2001, *Casa dos Artistas*.

O programa foi criado em 1999 pela produtora holandesa Endemol. O nome foi inspirado no olho eletrônico da ficção *1984*, do escritor inglês George Orwell, onde o *grande irmão* foi desenvolvido para criar e espionar o Estado. O *Big Brother*, assim como os demais formatos televisivos, está organizado em um sistema de produção massificado. A linguagem do espetáculo é um dos recursos que a mídia lança para manter a sua supremacia na sociedade capitalista.

O *BBB*<sup>5</sup> é um programa de entretenimento, composto, em média por 12 participantes em um sistema de confinamento voluntário monitorado 24h por dia, com duração aproximada de dois meses. A cada semana um participante é eliminado por meio de votações dos outros moradores da casa e do público no temido *paredão*. Ao término do programa, um concorrente escolhido pelos telespectadores recebe o prêmio em dinheiro. (CURVELLO, 2002). A atração conta ainda com as figuras do líder – responsável pela indicação direta de um participante à berlinda – e o anjo – participante que tem o poder de imunizar outro concorrente.

Rosane Borges (2008) destaca que programas como o *BBB* se consagram pela veiculação de uma rotina representada, onde indivíduos, até então anônimos, tem a possibilidade de tornarem-se famosos em um curto espaço de tempo.

Os *reality shows* se consagraram por mostrarem, de forma simulada, uma realidade. Os elementos comuns que caracterizam o *reality show* são os personagens e suas histórias supostamente tomadas da vida cotidiana. O protagonista, normalmente, apresenta-se como um cidadão médio, gente comum que está disposta a atuar como uma estrela das telas, a fazer pública sua vida privada. O sujeito anônimo da grande massa se converte numa "estrela" - dado que uma das funções dos meios de comunicação é outorgar *status*. (BORGES, 2008, p.266-267).

---

<sup>5</sup> *Big Brother Brasil*.



A *realidade simulada* do *BBB* nada mais é do que uma construção fictícia com *status* de verdade. Os participantes, sempre que podem, afirmam que apesar de estarem em um jogo, seus atos não são representados. Nesta mesma perspectiva, Curvello (2002) destacou quatro pontos principais que afirmam o processo de ficcionalização do programa. O primeiro deve-se ao fato dos participantes saberem, a todo o momento, da presença das câmeras e da utilização frequentes destas imagens. Tal condição, segundo a autora, não permite que os *brothers* e as *sisters* ajam naturalmente, eles tornam-se personagens, ainda que se autorrepresentem. A segunda pontuação diz respeito a incessante disputa pela simpatia e aceitação do público, o que garante a permanência na casa. Outra questão contraditória (terceiro ponto) é a convivência: ao mesmo tempo em que os candidatos são concorrentes e esboçam dificuldades de relacionamento, eles precisam conquistar a simpatia dos outros participantes para fugir das indicações (formação de grupos). Além disso (quarto ponto), os confinados são obrigados a comentarem, pelo mesmo uma vez por semana, suas experiências no *confessionário*.

João Freire Filho (2007) questiona a liberdade de ação que o telespectador tem em formatos como o *Big Brother Brasil*. Para o autor, o livre arbítrio do público é controlado pela direção do programa. Ainda que caiba a massa optar pelo eliminado da semana, pela prova que deve ser realizada e até mesmo pelo campeão da edição, é restrito à emissora a escolha dos participantes que irão compor o formato. E é justamente a junção dos estereótipos (a modelo, o atleta, o caipira, o galanteador, o ogro, o inteligente) que permitem o desenrolar da trama. Na versão brasileira, o *casting* é oficialmente formado mediante o envio de um vídeo à produção do programa. No entanto, alguns participantes já declararam que foram convidados pela direção do formato. A ideia de poder decidir pelo desenrolar do *BBB* é o que induz no público a ideia de controlar o *reality show*.

Minerbo (2007) classifica o *Big Brother Brasil* como a gladiatura pós-moderna. A autora salienta que assim como os gladiadores da Roma Antiga, os participantes da atração da *Rede Globo* lutam, até o fim, entre si. Durante a luta, quando o gladiador vitorioso conseguia encurralar o seu adversário, decidia, por meio do voto popular - que poderia ser confirmado pelo imperador - qual o destino do oponente. A vida do perdedor poderia ser poupada se o público reconhecesse nele valor e dignidade. Para a autora, os *reality shows* são feitos sobre medida para a sociedade contemporânea e respondem a busca pela transformação do corpo em objeto. Na perspectiva de Minerbo



(2007), o interessante da gladiatura pós-moderna é não conseguir identificar o que no formato é espetáculo (*show*) e o que é realidade (*reality*). Assim:

No reality show, faz-se do defeito, virtude. A graça toda consiste em não sabermos ao certo quanto de representação e quanto de realidade há naquilo tudo. O reality show é um espetáculo e, ao mesmo tempo, é “de verdade”. Os participantes do BBB são pessoas comuns lutando por ascensão social. (MINERBO, 2007, p. 155).

Cabe, então, ao diretor do programa ser invisível neste jogo. Sua função é aparecer o menos possível e ocultar o caráter espetacular da atração.

O BBB nos é apresentado como realidade, e assim deve parecer, embora haja, obviamente, alguém que edita, ainda que minimamente, as filmagens. O sucesso do BBB depende de um equilíbrio perfeito entre realismo demais e realismo de menos. (MINERBO, 2007, p. 156).

Em Kehl (2004), destaca-se que o interesse do público que assiste aos *reality shows* pode ser explicado pela tentativa de tentar flagrar expressões espontâneas da subjetividade alheia. Entretanto, o que o espectador muitas vezes não se dá conta é de que os participantes estão todos formatados pelo espetáculo, o convívio diário é mediado pela produção do formato.

Por ser veiculado em uma emissora comercial, o *BBB* é regido por interesses de ordem econômica. A atração é explorada pela *Rede Globo* nos variados espaços pertencentes ao grupo. Na transmissão televisiva, o *reality show* é apresentado durante todo o dia em inserções nos intervalos comerciais. O *De Olho no BBB* é apresentado pelo ator Vinicius Valverde. Os *flashes* têm estrutura variada e geralmente contam com cenas da casa e a opinião do público sobre os participantes. Além deste espaço, o programa também é explorado em outras atrações globais, como o *Mais Você*, *Zorra Total*, *Vídeo Show*, *Fantástico e Domingão do Faustão*. O agendamento do *Big Brother* como pauta da emissora tem o intuito de promover o programa e de criar um universo simbólico em seu entorno. (CURVELLO, 2002).

O site da emissora também é utilizado para veiculação maciça de informação sobre o *BBB*. Na *homepage* os fãs encontram fóruns eletrônicos, informações, vídeos e fotografias atualizadas sobre o dia a dia na casa, além de enquetes para aferir o índice de popularidade dos *brothers* e das *sisters*. Atualmente, o *BBB* é um formato consolidado,



por isso atrai o interesse de grandes anunciantes e até mesmo do público, na compra de produtos licenciados.

### **BBB 12 e a vulgarização da sensualidade**

Entre os meses de janeiro e março de 2012, a *Rede Globo* apresentou a décima segunda edição do *Big Brother Brasil*. A final reuniu o médico veterinário Fael e a modelo paulista Fabiana. O sul-mato-grossense recebeu mais de 43 milhões de votos, cerca de 92% do total.<sup>6</sup> Em 2012, a atração obteve o segundo pior ibope da emissora desde a estreia em 2002<sup>7</sup>. Segundo o colunista e editor do *F5* – página de entretenimento da *Folha de S.Paulo* - Ricardo Feltrin, entre a primeira e a última edição (décima segunda), a média do *BBB* caiu mais de 35% no ibope<sup>8</sup>. A queda representa que uma em cada três televisões deixou de assistir o programa. Para exemplificar o declínio na audiência, foram construídas duas tabelas com base nos dados divulgados pelo site. (Tabelas 1 e 2) :

<b>Data</b>	<b>Pontos no Ibope (Grande São Paulo)</b>
10 a 15/01	29,1
16 a 22/01	27,7
23 a 29/2	24,6
30 a 5/02	24,4
06 a 12/02	24,2

**Tabela 1** – Média de audiência do *BBB12* até meados de fevereiro

**Fonte** – Folha.com

<b>Edição</b>	<b>Pontos no Ibope (Grande São Paulo)</b>
BBB1	40,3
BBB2	36,6
BBB3	39,2
BBB4	45,3
BBB5	47,5
BBB6	43,1
BBB7	41,3
BBB8	37,2
BBB9	32,4
BBB10	30,7
BBB11	24,8
BBB12	26,1

**Tabela 2** – Queda de audiência entre as edições do *BBB*

**Fonte** - Folha.com

<sup>6</sup> Informações retiradas do site oficial do BBB. Disponível em: <http://tvg.globo.com/bbb/bbb12/noticias/noticia/2012/03/fael-e-campeao-do-bbb12-com-92.html>.

<sup>7</sup> A análise não considera os números da décima terceira edição.

<sup>8</sup> Dados referentes à Grande São Paulo. Cada ponto equivale a 58 mil domicílios.



Com o passar dos anos, o *BBB* tem obtido menores índices de audiência. As exceções foram a quarta e quinta edição, quando o programa chegou aos 45,3 e 47,5 pontos, respectivamente. (Tabela 2). E na 12ª edição a análise isolada também aponta baixa no número de espectadores. (Tabela 1). No entanto, ainda que o resultado venha apresentando quedas constantes, o *BBB* possui uma média alta para o horário. De acordo com o colunista Fernando Oliveira, do *Portal IG*, a final da última edição (exibida em 29 de março) registrou média de 26 pontos de audiência, quase a metade da alcançada no encerramento do *BBB 1* (50 pontos).

Em 2012 o principal destaque do *BBB* foi a acusação de estupro envolvendo o modelo Daniel Echaniz e a estudante Monique Amin. O suposto crime teria ocorrido em janeiro, logo nas primeiras semanas da edição<sup>9</sup>. Após uma festa, Echaniz teria se aproveitado da estudante, visivelmente bêbada. Em nota publicada no site da emissora destaca-se:

O suposto estupro de uma participante do Big Brother Brasil 12 em frente às câmaras do programa de 'reality show' é destaque nos jornais estrangeiros nesta terça-feira.

O britânico 'The Guardian' destacou que o caso gerou uma 'indignação pública' nos sites de mídia social.

Na terça-feira, a polícia do Rio confirmou que está investigando o episódio no qual o modelo Daniel Echaniz, 31, entrou sob a cobertura da participante Monique Amin, 23,

Entrevistada no paredão, Monique, que dormia pesadamente após uma festa regada a música e bebida na casa, disse se lembrar apenas de uma troca de beijos entre os dois.

O tablóide britânico 'Daily Mail' mostrou uma foto da cena ilustrando a movimentação sob as cobertas de Monique, 'apesar de ela mal se mover'.

Interrogados pela polícia, ambos tentaram colocar panos quentes no caso. Entretanto, Daniel foi expulso da casa pela TV Globo, que considerou seu comportamento 'gravemente inadequado'.

A filmagem saiu a público em sites como o de compartilhamento de vídeos Youtube, mas foi removido a pedido da Globo sob alegação de quebra de direitos autorais.

O jornal australiano 'Sydney Morning Herald' destacou as críticas contra a emissora que o episódio gerou.

'Os produtores do programa foram atacados por não intervir', afirmou a reportagem do jornal.

'A organização de direitos das mulheres Change.org deu início a uma petição para que a companhia seja responsabilizada pelo incidente.' (G1, 2012).

---

<sup>9</sup> O suposto estupro ocorreu na madrugada entre os dias 14 e 15 de janeiro.

Após a acusação, Daniel Echaniz foi eliminado do *reality show* sob alegação de grave comportamento inadequado. O fato levou o delegado titular da Delegacia da Taquara (32ª DP), Antônio Ricardo Nunes, à sede da emissora, o Projac, no Rio de Janeiro. Devido aos pedidos populares de expulsão do *brother* nas redes sociais, o diretor-geral J.B. Oliveira, o Boninho, chamou Monique para uma conversa no confessionário. A estudante afirmou que não teve relações sexuais com Daniel. A versão foi mantida no depoimento à polícia. Ainda em janeiro, poucos dias após o incidente, o Ministério das Comunicações iniciou investigações das imagens (Figura 1).



**Figura 1** – Daniel e Monique sob edredom

**Fonte** – Veja On-line

**Data** – Janeiro/2012

Um pedido semelhante foi encaminhado à *Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL)*. O intuito do governo foi o de analisar e investigar também as imagens veiculadas na TV por cabo, incluindo o *pay-per-view*<sup>10</sup>.

A matéria divulgada pelo site da *Folha de S.Paulo – Expulsão de Daniel faz ibope do BBB disparar 80%* - afirma que, momentaneamente, a acusação de estupro e a expulsão de Daniel foram responsáveis por um salto representativo nos pontos de audiência do programa. No domingo, dia 15 de janeiro, dia decisivo para o jogo - quando é formado o paredão – a média de audiência foi de 20 pontos. No dia seguinte (16), data em que Daniel foi eliminado, o *reality* chegou à casa dos 36, com um crescimento de 80%. Tal fato mostra o apreço do público pela banalização da sexualidade e da violência. Ainda que manifestações na internet tenham pedido a

---

<sup>10</sup> O suposto estupro foi transmitido na TV aberta e no *pay-per-view*.



eliminação do participante, esta ação não repararia o crime cometido, caso ele fosse confirmado.

Com a expulsão do participante, foi aberto um inquérito (acusação de estupro), bem como o recolhimento do passaporte do suspeito pelo Ministério Público. As peças íntimas que os dois utilizavam no dia 16 de janeiro e o edredom foram encaminhados para a perícia. Concomitante a acusação de violência sexual contra Monique, o modelo foi acusado pelo mesmo crime por Tatiane Eyng<sup>11</sup>. A jovem afirmou que teria sido violentada em Milão (Itália), onde ambos trabalhavam.

Em março de 2012, o Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro encerrou o inquérito (por estupro de vulnerável) contra Daniel Echaniz. A análise do órgão foi que segundo o depoimento da suposta vítima não houve nenhuma infração legal (crime). Após o término das investigações, o modelo cobrava R\$10 mil por entrevista e entrou com ação processual contra à *Rede Globo*. Ele pede a quantia de R\$20 milhões por danos materiais e morais.

Três meses depois, em junho, a juíza Luciana Melchiori Bezerra, da 24ª Vara Cível da Justiça Federal de São Paulo negou uma liminar que visava impedir a veiculação de imagens relacionadas a crimes pela *Rede Globo* (semelhantes à figura 1). O pedido havia sido protocolado pelo Ministério Público Federal. A magistrada interpretou que não houve nenhuma infração aos direitos humanos do homem ou da mulher nas cenas dos *brothers* sob o edredom.

### **Reality shows e a era do hiperespetáculo**

Para Kehl (2004), o público que assiste *BBB* não está interessado com as tramas notadamente ficcionais das telenovelas, mas procura outra forma de representação. Ou seja:

Os reality shows são a forma mais eficiente de ilusão que a cultura de massas já produziu: vendem aos espectadores o espelho fiel de sua vida amesquinhada sob à égide severa das “leis de mercado”. Vendem a imagem da selva em que a concorrência transforma as relações humanas. Só que elevados ao estatuto do espetáculo. (KEHL, 2004, p. 171).

---

<sup>11</sup> Uma entrevista da modelo Tatiana Eyng está disponível no link: <http://www.youtube.com/watch?v=-ZicM1F0lus>



Se nas teses de Debord, a sociedade do espetáculo é marcada pela vida por procuração, o indivíduo atribui aos astros da música e do cinema o papel de sujeitos da sua existência, no hiperespetáculo qualquer pessoa pode se tornar uma estrela midiática. Os participantes do *BBB* cumprem esta função. Alguns conseguem garimpar um espaço na mídia, mas a maior parte deles volta ao ostracismo rapidamente.

Para Torin Douglas, da *BBC*, fatos como a acusação de estupro do *BBB12* podem representar um crescimento momentâneo na audiência, devido à curiosidade do fato, mas, a longo prazo, podem comprometer a imagem da emissora. O *BBB* é um formato que torna pública a vida privada de cidadãos comuns. Tal premissa é recorrente nos programas televisivos inseridos na sociedade espetacular. Como apregoa Juremir Machado da Silva (2007), a sociedade contemporânea integra um período de servidão voluntária. Tornar-se famoso é uma condição acessível a qualquer um. Banalização do privado, superexposição da intimidade e fama a qualquer preço são alguns dos sintomas de uma sociedade que se concentra em um distanciamento da construção histórica:

O espetáculo era uma imagem do mundo. O hiper-espetáculo é uma imagem de si mesmo. O espetáculo acabou junto com a ilusão do controle e da disciplina. Ainda não estamos, porém, no descontrole, embora o caos urbano apresente performances exemplares. Estamos na época do “sorria, você está sendo filmado”. Apogeu do Big Brother como divertimento de massa. A câmara total, contudo, não inibe nem coíbe. Apenas registra. Positividade absoluta. Positivismo total. Enfim, a neutralidade. Salvo se for à indiferença como princípio geral da isonomia. Quando tudo é tela, a imagem torna-se a única realidade visível. (SILVA, 2007, p.3).

O hiperespetáculo marca a transição da sociedade de massa para a sociedade “midíocre”. Focada no faturamento midiático, os indivíduos sociais perdem o seu papel enquanto sujeitos históricos. Com o indivíduo preso a tudo o que perene, produções como o *BBB* ganham espaço na vida das pessoas. Há treze anos, *reality shows* como *Casa dos Artistas (SBT)*, *BBB (Rede Globo)*, *Mulheres Ricas (Rede Bandeirantes)* e *A Fazenda (Rede Record)* têm se revezado na TV brasileira.

O *reality show* tem como meta focar naquilo que é banal e torná-lo público e espetacular. O suposto estupro no *BBB 12* ganhou destaque na mídia brasileira e internacional, mas não trouxe nenhuma sanção legal à emissora. Isto marca e atesta o que Debord disse: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. (DEBORD, 1997, p. 14). Os atos e suas



consequências perdem a importância, a gravidade e o lastro com o real, o que importa é a presença do olhar do outro. Nesta perspectiva, Silva (2007) entende o indivíduo inserido nesta esfera altamente espetacular como um colecionador de imagens, como alguém que perdeu o seu lastro com o real.

O homem da sociedade “mídiocre” é novamente protagonista: ele se vê no Big Brother da televisão na pele de um clone seu; além disso, vê no Big Brother do lotação e sorri para a câmara mesmo sabendo que ela não está lá. O homem “mídiocre” simula o simulacro do qual é mero e passivo contemplador. Vive plenamente o seu papel na tela do computador, do telefone celular e da câmera digital. Coleciona imagens. (SILVA, 2007, p.11)

A possibilidade de testemunhar relações sexuais entre os participantes é um dos grandes atrativos do formato. A formação de casais é recorrente nas edições do programa. Quando o clima não esquenta, situações e discursos são forçados pelo jornalista e apresentador, Pedro Bial. Acredita-se que no *BBB*, os participantes tornam-se mercadorias. Os seus corpos, rigidamente escolhidos, estão à venda. O programa rompe a sua relação com o real e dá início à vida simulada. No caso específico desta acusação de estupro percebe-se que a gravidade do fato muitas vezes não acompanhou as manchetes.

### **Considerações finais**

Apesar de não ser mais um formato tão atraente, o *BBB* ainda conquista índices de audiência expressivos para a faixa de horário em que ocupa. E o nível de audiência é um fator preponderante para a rentabilidade publicitária de um programa. Ao analisar o *reality show* é possível fazer uma relação com o conceito de espetáculo difuso proposto por Debord, no qual a mídia é uma forte aliada do sistema econômico com o intuito de fortalecer o fetichismo da mercadoria. Com base nas problematizações de Guy Debord, ganha forma e força a ideia de que a comunicação vertical (já que a interatividade neste formato é limitada e concedida pela emissora) satisfaz à estrutura da sociedade espetacular.

Considerando o suposto estupro no *BBB 12* salienta-se o interesse do público pela violência. O fato foi responsável por um aumento pontual de 80% nos níveis de audiência do formato. A questão aqui apresentada é que um assunto desta gravidade exigia medidas mais firmes em relação ao *reality show*. No entanto, apesar da suposta



violência sexual, o programa teve seu curso normal na 12ª edição, bem como na 13ª, apresentada no início de 2013. É comum a presença de casais no *BBB*, é possível indagar que tais relacionamentos sejam uma estratégia discursiva do próprio formato para atrair o público e manter a audiência. O envolvimento entre os participantes chega a ser incentivado pelo apresentador do formato.

A acusação de estupro teve grande repercussão na mídia nacional. Talvez, o grande destaque dado pela *Rede Record* e pelo portal *R7 Notícias* tenha sido motivado pela disputa de audiência que as duas travam pela liderança da TV aberta. Ainda em 2012, mais dois fatos envolvendo participantes de *reality shows* foram apresentados em tom de espetáculo pela mídia brasileira: as mortes da irmã da modelo Angela Bismarchi e da irmã do performer Léo Áquila, ambos participantes da 5ª edição de *A Fazenda (Rede Record)*. Mais do que ter sido noticiado em tom de espetáculo, a especificidade do fato configura uma sociedade em que as relações sociais são permeadas por imagens, como problematizou Debord. Os fatos não são problematizados em sua essência, apenas apresentados em tom sensacionalista.

Outro fato que aponta a presença do Brasil na sociedade espetacular é o fato de Daniel Echaniz receber cerca de R\$10 mil por suas revelações. O *BBB* se classifica como um modelo midiático espetacular como forte influência sobre o público. Mais do que interesse pelo que o aconteceu na 12ª, a busca é pelo que a emissora tentou omitir é crescente.

O intuito desta análise foi comentar o poder de dominação e alienação da televisão brasileira. O *BBB* foi apenas um recorte para o desenvolvimento da pesquisa, acredita-se que estas características também estejam presentes em outros formatos/programas.

## REFERÊNCIAS

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

BBB 12: POLÍCIA CHEGA AO PROJAC E PRODUÇÃO CHAMA MONIQUE PARA ESCLARECIMENTOS. R7. Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/bbb-12-policia-chega-ao-projac-e-producao-chama-monique-20120116.html?question=0>. Acesso em: 18 jul 2012.

BELLONI, Maria Luiza. **A formação na sociedade do espetáculo**: gênese e atualidade do conceito. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n22/n22a11.pdf>. Acesso em: 12 jun 2012.

BORGES, Rosane da Silva. **Ficção e realidade**: as tramas discursivas dos programas de TV. 2008. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). ECA/USP, São Paulo.



CASTRO, Daniel. **BBB 12:** Daniel foi eliminado sem defesa e ‘para evitar algo pior’. R7. Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2012/01/17/bbb-12-daniel-foi-eliminado-sem-defesa-e-para-evitar-algo-pior/>. Acesso em: 04 jul 2012.

CASTRO, Valdir José. A publicidade e a primazia da mercadoria na cultura do espetáculo. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José (Orgs). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006, p. 109-127.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José (Orgs). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006, p. 13-30.

CURVELLO, Vanessa. **Big Brother Brasil:** realidades espetacularizadas. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/curvello-vanessa-realidades-espetacularizadas.pdf>. Acesso em: 01 jun 2012.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ESCÂNDALOS EM REALITY SHOWS AMEAÇAM REPUTAÇÃO DE EMISSORAS, DIZ ANALISTA. BBC Brasil. Disponível em: [http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/01/120118\\_bbb\\_expert\\_pu.shtml](http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/01/120118_bbb_expert_pu.shtml). Acesso em: 21 jul 2012.

EXPULSÃO DE DANIEL FAZ IBOPE DO BBB DISPARAR 80%. Folha de S. Paulo. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/televisao/1035412-expulsao-de-daniel-faz-ibope-do-bbb-disparar-80.shtml>. Acesso em: 05 jun 2012.

FELTRIN, Ricardo. **"BBB" cai 35% desde 2002; edição atual é segundo pior ibope do reality.** Folha de S. Paulo. Disponível em: <http://f5.folha.uol.com.br/colunistas/ricardofeltrin/1049385-bbb-cai-35-desde-2002-edicao-atual-e-segundo-pior-ibope-do-reality.shtml>. Acesso em: 05 jun 2012.

FILHO, José Freire. Sociedade do espetáculo à sociedade da interatividade? In: GUTFREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado da (Orgs). **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007, p.61 - 88.

KEHL, Maria Rita. O espetáculo como meio de subjetivação. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004, p.43-62.

\_\_\_\_\_. Televisão e violência do imaginário. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004, p.87-106.

\_\_\_\_\_. Três observações sobre os reality shows. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre televisão**. São Paulo: Boitempo, 2004, p.165-173.

MARCONDES FILHO, Ciro. Ser jornalista: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009.

MINERBO, Marion. **Big Brother Brasil, a gladiatura pós-moderna.** Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65642007000100009&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-65642007000100009&script=sci_arttext). Acesso em: 16 jun 2012.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES VAI INVESTIGAR IMAGENS. R7. Disponível em: <http://noticias.r7.com/brasil/noticias/ministerio-das-comunicacoes-vai-investigar-imagens-do-bbb-20120117.html>. Acesso em: 01 jul 2012.



OLIVEIRA, Fernando. **Final do ‘BBB 12’ tem a menor audiência da história do reality**. IG. Disponível em: <http://colunistas.ig.com.br/natv/2012/03/30/final-do-bbb-12-tem-a-menor-audiencia-da-historia-do-reality/>. Acesso em: 13 jul 2012.

SILVA, Juremir Machado da. Depois do espetáculo (Reflexões sobre a tese 4 de Guy Debord). In: GUTFREIND, Cristiane Freitas; SILVA, Juremir Machado da (Orgs). **Guy Debord: antes e depois do espetáculo**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007, p. 31-42.

SUPOSTO ESTUPRO NO BBB É DESTAQUE EM JORNAIS ESTRANGEIROS. G1. Disponível em: <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2012/01/suposto-estupro-no-bbb-e-destaque-em-jornais-estrangeiros.html>. Acesso em: 03 jun 2012.

SUPOSTO ESTUPRO NO BBB É DESTAQUE EM JORNAIS ESTRANGEIROS. R7. Disponível em: <http://noticias.r7.com/internacional/noticias/suposto-estupro-no-bbb-e-destaque-em-jornais-estrangeiros-20120118.html>. Acesso em: 03 jun 2012.

SUSPEITA DE ESTUPRO AGITA O BBB NO TWITTER. Veja. Disponível em <http://veja.abril.com.br/blog/bbb/bbb12/suspeita-de-estupro-agita-o-bbb-no-twitter/>. Acesso em 01 jul 2012.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa; TONDATO, Márcia Perencin. **A televisão em busca de interatividade: uma análise dos gêneros não ficcionais**. Brasília: Casa das Musas, 2009.