700893

Biblioteca - Unemat - PLA

00014006

BIBLIOTECA
UNEMAT
Campus Universitário de Pontes e Lacerda-MT
RG N.º 14006
Data 19 / 08 / 2009
( ) Compra (X) Doação ( ) Permuta

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGEM
CAMPUS UNIVERSITARIO DE PONTES E LACERDA
DEPARTAMENTO DE LETRAS

Rogério Martins

BIG BROTHER BRASIL: EFEITOS DE CELEBRIDADE NA ESPETACULARIZAÇÃO DO COTIDIANO.

Pontes e Lacerda/MT
2008/2

81'42
M379b
ex.01

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE MATO GROSSO
INSTITUTO DE LINGUAGEM
CAMPUS UNIVERSITARIO DE PONTES E LACERDA
DEPARTAMENTO DE LETRAS

Rogério Martins

BIG BROTHER BRASIL: EFEITOS DE CELEBRIDADE NA ESPETACULARIZAÇÃO DO COTIDIANO.

Monografia apresentada à Coordenadora dos Trabalhos de Conclusão de Curso, como requisito parcial à obtenção do Grau de Licenciatura em Letras, no Campus Universitário de Pontes e Lacerda - UNEMAT.

Orientadora: Profª. Ms. Silvia Regina Nunes

Pontes e Lacerda/MT
2008/2

Rogério Martins

BIG BROTHER BRASIL: EFEITOS DE CELEBRIDADE NA ESPETACULARIZAÇÃO DO COTIDIANO.

Monografia apresentada a Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT) como requisito parcial do título de licenciado em Letras.

BANCA EXAMINADORA

Prof.ª Ms. Silvia Regina Nunes
UNEMAT – Pontes e Lacerda – MT

Prof. Dra. Eliana de Almeida
UNEMAT – Pontes e Lacerda – MT

Prof. Dra. Rosely Aparecida Romanelli
UNEMAT – Pontes e Lacerda – MT

Dedico este trabalho a meus pais Antônio e Joaninha, aos meus irmãos Genivaldo, Angelita, Angélica, Reginaldo, Rubem e Geovane e à minha namorada Luciene. Eles, por serem parte de mim e ela, por ser a metade escolhida por Deus para me completar. Todos eles juntos por terem sempre partilhado comigo das minhas vitórias e, principalmente, por terem me amparado nas quedas.

AGRADECIMENTO

Agradeço a Deus por mais esta vitória, pois em todos os momentos que me angustiei foi Nele que busquei refúgio e Ele me restaurou em cada momento.

Á professora Silvia pela orientação deste trabalho e pelas palavras de apoio, a professora Inês por me abrir os caminhos da escrita e a professora Eliana por me contagiar com sua competência e postura de verdadeira mestra.

Lembro-me também dos meus colegas de curso, principalmente aqueles – Geovane, Rosinéia, Divino Alex, Flávia e Fernanda – que trilharam comigo desde o inicio por esse árduo, porém muito valioso caminho. Sou grato a Deus por tê-los colocado em minha vida.

E, quando tudo pode, enfim, tomar a forma do discurso, quando tudo pode ser dito e o discurso pode ser dito a propósito de tudo, isso se dá porque todas as coisas, tendo manifestado e intercambiado seu sentido, podem voltar à interioridade silenciosa da consciência de si.

(Michel Foucault: 1988).

RESUMO

Na análise que ora apresento busco fazer uma compreensão do funcionamento discursivo do programa "Big Brother Brasil" produzido pela TV Globo. Neste estudo, sustento minha discussão nos pressupostos teóricos da análise de discurso (Orlandi 2007) e nas teorizações propostas por alguns estudiosos contemporâneos como: Foucault (2001 e 2004), Debord (1994) e Deleuze (2007) para a compreensão das relações de poder e dos efeitos de sentidos produzidos por essas relações na sociedade em épocas determinadas. Assim penso em como a mídia televisiva produz um imaginário de sentidos para a sociedade contemporânea, uma sociedade contempladora do *reality show* que espetacularíza a privacidade e o cotidiano das pessoas que participam e ao mesmo tempo protagonizam o espetáculo que se diz um *show* da realidade. Neste sentido, duas questões relacionadas entre si me inquieta na análise deste corpus; a) Como os efeitos de espetacularização produzidos pela mídia afetam o sujeito contemporâneo? b) Como as relações público/privado, ser/aparecer e verdadeiro/falso significam no programa BBB? Antes porém, discuto sobre o efeito metafórico produzido no programa em relação ao panóptico benthaniano do século XIX e também discuto como a mídia encena um efeito de interação com o tele-espectador através do BBB. Ao produzir um programa que diz significar a realidade, a mídia instaura efeitos de verdade para a sociedade atual que se subjetiva e ao mesmo tempo se constitui pelos sentidos produzidos no/pelo espetáculo.

Palavras-chave: mídia, sociedade, espetáculo, Big Brother, sujeito-midiático, análise de discurso.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO----------08

O panoptismo da sociedade atual---------- 10

Imaginário e posição sujeito: o deslize dos sentidos no protagonismo do espetáculo----------13

Metáfora na relação público/privado: a casa do BBB----------19

A dissolução dos paradigmas e a ruptura dos segredos----------24

CONSIDERAÇÕES FINAIS----------33

REFERÊNCIAS----------35

Introdução

O funcionamento discursivo do programa "Big Brother Brasil" (BBB) produzido pela TV Globo me chama a atenção, principalmente, porque encena um paradoxo entre a mídia e a sociedade, ou seja, produz-se um efeito de sentidos de que ambas se constituem ao mesmo tempo e, juntas, produzem o programa que diz significar a realidade em forma de espetáculo (*reality show*). Este imbricamento discursivo entre mídia e sociedade estabiliza efeitos de verdade para os sentidos produzidos no discurso midiático.

Embasado na análise de discurso respondo que esse efeito se produz porque o discurso não nasce de um vazio, mas de uma relação língua/sujeito/mundo, instaurando uma interdiscursividade com os sentidos produzidos na história e no simbólico, tal é o processo/movimento que constitui o sujeito na sociedade. Assim, busco compreender a constituição do sujeito contemporâneo afetado pelos sentidos produzidos no discurso midiático. Ao se produzir um programa que significa a realidade em forma de espetáculo, produz-se, ao mesmo tempo, uma dobra, um espelhamento dos sentidos, pois o espetáculo se instaura sob os efeitos da realidade e a realidade se constitui a partir dos sentidos produzidos no espetáculo. Desta forma, o cotidiano e a privacidade espetacularizados no programa espelham-se no cotidiano e na privacidade do tele-espectador de maneira que neste jogo de espelhos, o tele-espectador partilha do espetáculo, como se a sua própria privacidade estivesse sendo exposta ao publico.

Inicio esta discussão a partir de algumas hipóteses que me servem como norteadoras para o delineamento desta análise. Tanto as hipóteses quanto a análise em si são fomentadas nos pressupostos teóricos da análise de discurso, Orlandi (2007) e nas teorizações propostas por Foucault (2001 e 2004), Deleuze (2007) e Debord (1994) pensando os efeitos de sentidos e as relações de poder instituídos na/pela mídia televisiva para/na sociedade contemporânea.

O BBB se propõe como um programa interativo com o tele espectador, desta forma, pensamos em como se produz este efeito de interação a partir da posição sujeito que compreende o tele-espectador, o participante do programa e o produtor. Pois os sentidos não são produzidos a partir do lugar empírico que o sujeito ocupa na sociedade, mas pelas posições produzidas pelas relações de poder. O efeito de interação no programa é produzido por um jogo imaginário que se desdobra de uma posição sujeito a outra e assim o dizer produz sentido no discurso.

Falaremos também sobre o efeito metafórico produzido com relação à casa na qual o programa é apresentado. Os sentidos estabilizados para casa, (enquanto lar) na sociedade

Introdução

burguesa a configura como símbolo da privacidade. No funcionamento do programa ocorre um deslizamento dos sentidos e o espaço (casa) é utilizado para publicizar a privacidade e os segredos que se inscrevem em seu interior.

Desta forma, delimito como materialidade desta análise, duas cenas transcritas do BBB 8, as quais, utilizo para exemplificar o funcionamento discursivo do programa e a constituição dos sujeitos que dele participam. Tais sujeitos (constituídos pelo efeito de sentidos produzidos no espetáculo, mas também pelos sentidos que os constituem na sociedade, enquanto sujeito da linguagem) falam a partir de um imaginário produzido pela mídia e ao mesmo tempo repetem os sentidos estabilizados por um imaginário histórico-social.

O panoptismo da sociedade atual

Neste trabalho propomos compreender o funcionamento discursivo da mídia televisiva no Brasil, particularmente pensando este funcionamento a partir do programa Big Brother Brasil (BBB) da Rede Globo. Partimos da relação constitutiva entre mídia/sociedade/ideologia, pensando a instauração do espetáculo[1] e do controle dos sentidos. Dessa relação, discutimos os efeitos de sentidos produzidos pela ressignificação da noção público/privado no interior do programa e na sua relação com o tele-espectador. Pensamos, também, como a sociedade contemporânea se encontra envolvida nesse processo de significação, com a emergência da "sociedade de controle" e a crise da "sociedade disciplinar".

Para analisar esta imbricada relação, circunscrevemos nossa reflexão na perspectiva da Análise de Discurso (AD), pois este campo teórico possibilita trabalhar a constituição do sujeito na história e no simbólico. Segundo Orlandi (2007), "a Análise de Discurso visa fazer compreender como os objetos simbólicos produzem sentidos, analisando assim os próprios gestos de interpretação que ela considera como atos no domínio simbólico, pois eles intervêm no real do sentido". (p. 26). O simbólico do programa produz a espetacularização das imagens enquanto reais, como o próprio codinome *reality show,* instaurando para o tele-espectador um efeito de real já estabilizado na sociedade.

Para Debord (1994) "não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva: esse desdobramento também é desdobrado. (...) A realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. (p. 15)."

Dessa forma, analisamos como se dá a constituição dos efeitos de sentidos produzidos na relação do programa BBB com o tele-espectador que o assiste, visto que este programa instaura, simbolicamente, um imaginário de sentidos que a mídia produz da sociedade contemporânea, e que esta corresponde como num jogo de espelhos, produzindo ao mesmo tempo nesta sociedade o sujeito-midiático.[2]

A princípio direcionamos este *corpus* de análise no entorno das seguintes hipóteses:

Primeira: A noção de linguagem como uma tentativa de representação da realidade há muito já se encontra em crise, cedendo espaço cada vez maior à polissemia, na relação palavra/sujeito/mundo em que o sentido não se dá separado, mas se institui por estas relações.

---

[1] Espetáculo (espetacularização) utilizado teoricamente por Debord (1997) é o termo que mais se aproxima, ou traduz em teoria o imaginário produzido pela mídia para a sociedade atual, uma sociedade que vive do espetáculo midiático, fazendo desse mesmo espetáculo a sua própria realidade.

[2] Utilizamos sujeito-midiático para designar uma posição de sujeito afetado pelo funcionamento da mídia.

Neste sentido, o sujeito-midiático numa relação imbricada com o programa se configura num espaço de significação que produz sentidos a partir do que designamos como um efeito de interação (efeito, porque a noção de interação é pensada diferente do sentido proposto por Bakhtin) que ocorre no momento em que o programa vai ao ar. Neste efeito de interação o sujeito–midiático produz um imaginário muito forte instituído na relação Ser/Aparecer. Imaginário que se instaura na possibilidade da fama, de se tornar celebridade para uma sociedade que se subjetiva no espetáculo.

> **Na análise do discurso, não menosprezamos a força que a imagem tem na constituição do dizer.** O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem. Ele é eficaz. Ele não "brota" do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas, em uma sociedade como a nossa, por relações de poder. (Orlandi, 2007: 42).

Uma outra maneira de pensar o funcionamento midiático é pensá-lo a partir de Deleuze (2007), pois ao se produzir um programa que espetacula a vida real, a mídia instaura a "dobra" que produz o efeito do **novo** para o tele-espectador. Para Deleuze a dobra é como um movimento que a força exerce sobre si mesma, curvando-se e desdobrando ao mesmo tempo, estabilizando um efeito de verdade para os sentidos que são produzidos.

> A dobra que faz a força quando esta exerce sobre si mesma, ao invés de exercer sobre outras forças, a dobradura que faz a verdade na sua relação conosco, enfim, o dobramento último, aquele da própria linha do fora para constituir uma "interioridade de espera". (p. 140).

O efeito de realidade produzido no espetáculo constitui os sentidos da vida real, mas esta, ao ser significada no *reality show* também é afetada pelos sentidos ali produzidos. Dessa forma, pensamos neste programa como um paradoxo, uma dobra entre a mídia e a sociedade, pois ao produzir o "show da vida real", cria-se o efeito de sentido de que o tele-espectador e a sua vida real passam para dentro da tela, assim os sentidos configuram-se nessa relação entre o que está dentro e o que está fora, ou seja, no real.

Segunda hipótese: pensamos o espelhamento na cadeia público/privado também como efeitos de sentidos. Para nós, à medida que o funcionamento do programa BBB publica o privado das celebridades da casa, o sujeito-midiático (o tele-espectador) se individualiza no voto (possibilidade de controle) espelhando na vida real o imaginário de sentidos do "show da vida real". Assim, o privado que se publiciza na mídia é o mesmo daquele que assiste ao programa.

Se pensarmos as teorizações propostas pelos estudiosos da modernidade (Orlandi, Foucault, Deleuze, etc.), o processo sócio/histórico e ideológico pelo qual passou a sociedade, a partir do século XIX até os dias atuais, se modifica e coloca em cena reflexões a respeito do olhar e do controle sobre o **Outro**. Desta forma, discutimos sobre alguns efeitos de sentidos produzidos com a invenção do panóptico criado por Geremy Benthan no século XIX, em uma relação com os efeitos de sentidos criados no/pelo programa Big Brother Brasil.

Ao analisar os efeitos do panóptico em "Vigiar e Punir" Foucault o descreve como uma "diabólica peça de maquinaria". Para Foucault a criação do panóptico (uma arquitetura institucional que possibilitava a presença de um vigia no alto de uma torre projetada como ponto estratégico para se observar a movimentação no interior das instituições) resultou da emergência de manter a ordem social e disciplinar nos órgãos públicos comandados pelo governo europeu da época.

> O princípio é conhecido: na periferia uma construção em anel; no centro, uma torre; esta é vazada de largas janelas que se abre sobre a face interna do anel; a construção periférica é dividida em celas, cada uma atravessando toda a espessura da construção (...). Basta então colocar um vigia na torre central, e em cada cela trancar um louco, um doente, um condenado, um operário ou um escolar. (Foucault, 2004: 86).

O princípio que regia a função do panóptico desencadeou o panoptismo, ou seja, o governo europeu do século XIX passou a projetar todas as instituições (hospícios, presídios, hospitais, escolas, etc.) a partir desse ideal. No interior de tais instituições o sujeito sabia que estava a todo o momento sendo visto, porém era impossibilitado de saber por quem. Sua imagem era exposta à luz, enquanto a do observador ficava na escuridão. Podemos dizer então que o panóptico simboliza o princípio da "sociedade disciplinar". Já na sociedade contemporânea, com câmeras espalhadas por todos os lugares, as construções não necessitam mais de uma "arquitetura ideal" (física) que denuncie o ponto de observação e o controle, pois o sujeito contemporâneo passa a constituir-se pelos sentidos ou pelo imaginário de uma sociedade cada vez mais controlada pela técnica da filmagem e da reprodução das imagens.

No BBB temos então a materialização desse controle. A exposição dos confinados (ao alcance de todos os olhares) é a ressignificação do panóptico. Enquanto na sociedade disciplinar, o panóptico ocasionava o medo e a fuga do objeto olhado, na sociedade de controle o "Big Brother" produz a sedução, a paixão, a ambição e a busca para se tornar objeto desse olhar.

Assim, como uma quarta hipótese para nossa discussão ressaltamos a espetacularização das imagens no paradoxo entre a cultura do "ser" e do "aparecer". Segundo Debord, em uma sociedade afetada pelo espetáculo o aparecer ganha status e a realidade gira em torno de aparências. Assim, a realidade aceita é aquela produzida pelos efeitos de sentidos do espetáculo.

> Considerado de acordo com seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda vida humana – isto é, social – como simples aparência. (...) A atitude que por principio ele exige é a da aceitação passiva que, de fato, ele já obteve pelo seu modo de aparecer sem réplica, por seu monopólio da aparência. (Debord, 1994: 16/17).

O espetáculo constrói os efeitos de verdade para a sociedade existente. Ao produzir o imaginário do "o que é bom aparece, o que aparece é bom" (idem), a mídia instaura um efeito de *verdade* para o sujeito-midiático, efeitos que fazem da aparência a realidade do espetáculo. Assim, o aparecer na mídia se estabiliza como uma necessidade para a sociedade.

Imaginário e posição sujeito: o deslize dos sentidos no protagonismo do espetáculo

Nesta leitura que fazemos do *reality show* brasileiro buscamos atravessar o efeito de transparência da linguagem que constitui os sujeitos afetados pelo discurso midiático. Assim, duas questões nos movem à análise deste corpus: a) Como os efeitos de espetacularização produzidos pela mídia afetam o sujeito contemporâneo? b) Como as relações público/privado, ser/aparecer e verdadeiro/falso significam no programa BBB?

Trataremos desses efeitos de sentidos que são produzidos no programa, especificamente em cenas que são transmitidas pela TV Globo, ou seja, em canal aberto, uma vez que não há como negar a existência de dois BBBs, um em TV aberta, programado, recortado para o público e outro em canal fechado e na internet. Este funciona sem cortes, uma espetacularização encenada 24 horas. Optamos pelo canal aberto, porque, para nós, a TV encena com essa abertura um efeito de aproximação mais forte com o sujeito-midiático, aproximação relacionada a um efeito de interação em que a produção do programa antecipa ao imaginário (social burguês) sobre cenas que "não podem" ser mostradas em TV aberta. O programa vai ao ar em um horário "permitido" para todos os públicos (maiores e menores), por isso, as cenas que não passam pela filtragem da produção circulam no BBB das 24 horas diárias. Assim dizemos que a relação *ser/aparecer* materializa-se na própria mídia televisiva

visto que esta se abre ao espetáculo da realidade, mas a realidade do espetáculo é controlada para não "gerar" mal entendidos no aparecer da mídia. Em uma entrevista dada à "Folha Online" (17/06/2002 - 12h48) na segunda edição do programa após um questionamento sobre uma suposta cena proibida para menores que tinha vazado para a TV aberta, o diretor do programa J.B. de Oliveira (Boninho) tenta se justificar.

> Na semana passada, no entanto, a produção se viu obrigada a mostrar Jéferson e Tarciana na cama. "A casa inteira só falava disso. Eles passaram dois dias falando disso, e ele [Jéferson] contava para um e um outro contava para outro... a gente não tinha como escapar daquilo. Graças a Deus parou", desabafa o diretor, que concedeu entrevista à **Folha Online**.
> (...) Boninho disse se preocupar com as cenas que vão ao ar porque o "Big Brother" atinge todo tipo de público, inclusive crianças. (...)
>
> Folha Online - Você tem idéia de quem é o público do "Big Brother Brasil 2"?
>
> - Para ter a audiência que a gente tem, é preciso pensar em todo mundo. Não se consegue ter uma grande audiência se não pensar em atingir o público de A a Z, de crianças a mais velhos. A gente trabalha com todas as classes, tem de falar com todo mundo, e a gente sabe disso.
> A prova do líder da semana passada foi a história de "Chapeuzinho Vermelho", para agradar as crianças. No Dia dos Namorados, tivemos uma festa sobre o tema. Se você direcionar para jovens, vai conseguir só a audiência deles. Nós sabemos que temos um espectro muito grande de público. [3]

Percebemos na fala do diretor do programa que a grande preocupação da mídia é quanto à audiência e, para conquistá-la, uma das estratégias é repetir os efeitos de sentidos já produzidos no imaginário social. O que *aparece* nela a compromete, pois significa também o seu próprio *aparecer*.

Dessa maneira, a mídia televisiva, ou a produção do programa transfere para o sujeito-midiático a responsabilidade sobre ver ou não as cenas proibidas que são construídas entre os participantes no cotidiano da casa do BBB. Assim, os participantes, protagonistas do espetáculo, também são responsabilizados pela sua própria maneira de aparecer para o público.

Aqui percebemos um efeito metafórico com relação ao panóptico benthaniano, pois no imaginário produzido para a sociedade contemporânea, a oportunidade do *aparecer* na mídia garante sucesso e produz o *ser* (celebridade). Enquanto no panóptico benthaniano (século XIX) a melhor posição era a possibilidade de ver sem ser visto, no BBB a posição que se deseja é ser visto, aparecer, publicizar a privacidade, protagonizando-a em espetáculo.

---

[3] Disponível em http://www.folha.com.br (acessado em 03 de novembro de 2008, Segunda-feira, às 09h15min).

Assim, os efeitos de sentidos instaurados no/pelo programa BBB se estendem ao tele-espectador, constituindo na língua e na história um efeito de dissolução dos paradigmas próximo/distante, público/privado, ser/aparecer e verdadeiro/falso inseridos no espaço que compreende a relação tele-espectador/programa/ produção.

Estes sentidos, que numa formação sócio-histórica convencionaram-se utilizar dicotomicamente, passam a funcionar agora em um mesmo eixo, que elimina todas as fronteiras, e que produz **sentidos outros**, a partir do paradoxo que os unifica e os desintegra na/pela linguagem midiática.

Mas o sujeito (que também se constitui neste paradoxo) não tem o controle de como esses sentidos vão sendo construídos, pois como sujeito da linguagem vai sendo constituído a partir do sentido que o afeta. Para Orlandi (2007) "O sujeito diz, pensa que sabe o que diz, mas não tem acesso ou controle sobre o modo pelo qual os sentidos se constituem nele". (p. 32).

Não devemos desconsiderar, porém, os sentidos que constituem o sujeito antes do início da edição do programa, ou seja, antes que a casa seja aberta para "acolher" os candidatos ao prêmio. Mesmo que o sujeito ali tente representar um personagem, estará sempre presente nele os afetamentos de sua formação histórico-social, cultural ou religiosa que no funcionamento do programa também podemos observar. Esta formação será confrontada, dentro da casa, no limite dos sentidos que até então os sujeitos vinham afetados em sua "realidade" de fora, ou seja, todos entram em um jogo discursivo, produzindo sentidos a partir do imaginário de si em uma relação com o imaginário que se tem do outro.

Dessa forma, os doze participantes (desconhecidos entre si e desconhecidos do tele-espectador) vêem todas as suas diferenças sendo submetidas à mesma situação e todos os limites ali concentrados produzem uma discursividade, através da qual o sujeito não tem alternativa a não ser se mostrar, segundo sua própria constituição enquanto sujeito da linguagem. A partir daí, toda manifestação do sujeito dentro da casa será organizada em um discurso incansável, exposto 24 horas por dia, e estabelecendo os sentidos que serão produzidos no tempo e no espaço em que o BBB se torna o principal objeto dos comentários, do desejo e da audiência midiática do país.

Assim, na realização do programa, os acontecimentos vão se tornando significativos na medida em que os sujeitos, individualizados enquanto tele-espectador, candidato e produtor, se envolvem na discursividade dos fatos, produzindo o efeito de que a televisão exibe não só um programa de entretenimento, mas de *interatividade* com o tele-espectador.

Neste efeito de interação, a produção do programa, o tele-espectador e o candidato ao prêmio participam do mesmo espaço de significação e de instauração de sentidos.

Pensamos o efeito de interação a partir da posição-sujeito discursiva, pois é o que nos possibilita analisar a produção de sentidos no programa sem nos prendermos ao lugar empírico ocupado pelo sujeito na sociedade. Assim nomeamos o sujeito a partir da posição em que este se encontra durante o tempo estimado para a apresentação do programa na TV, teremos então envolvidos milhares de indivíduos assujeitando-se ao jogo de três posições discursivas ligadas entre si produzindo os sentidos no programa: tele-espectador, candidato e produtor.

É pela posição sujeito que pensamos as marcas deixadas no discurso, pois (em conformidade com Orlandi) o que nos interessa para a análise, não são os lugares dos sujeitos físicos, empíricos ou que trazem em si as marcas de uma determinada sociedade, mas é a posição sujeito, ou seja, é ela que determina os sentidos do/no discurso. Sendo assim, o que o sujeito diz, não o diz de um lugar qualquer na sociedade, mas a partir de uma posição determinada por sentidos que o constituem nesta sociedade.

> Em toda língua há regras de projeção que permitem ao sujeito passar da situação (empírica) para a posição (discursiva). O que significa no discurso são essas posições. E elas significam em relação ao contexto e á memória (o saber discursivo, o já dito). (Orlandi, 2007: 40).

Pelas regras de projeção, os sujeitos aqui mencionados reagem sob o efeito da interação, pois vão sendo afetados pelos sentidos em funcionamento, uma vez que estes encontram-se constitutivamente envolvidos pelo mesmo discurso. Contudo, só há efeitos de interação: seja durante a apresentação do programa pela TV, seja durante sua exposição em canal fechado ou pela internet que ocupa 24 horas por dia. Há um jogo de imaginários que leva os sujeitos envolvidos a se dizerem, a sentirem a presença, as investidas e as projeções uns dos outros, num efeito de interação instaurado pela encenação midiática. O imaginário que se instaura pelo desdobramento de uma posição sujeito a outra faz crer que esta interação seja real, afinal para o programa acontecer, estes sujeitos precisam assumir uma relação de interdependência.

Neste sentido, o tele-espectador não é visto e nem se comporta mais como alguém que está do outro lado da tela, na condição de assistir ao programa e se divertir (ou não) com os acontecimentos que vão sendo expostos na TV. Pela interação das posições sujeito no jogo do imaginário, a produção do programa cumpre o papel de recortar as cenas a partir de um

imaginário formado sobre aquilo que o tele-espectador gostaria de assistir (salvo, é claro, aquelas cenas que a censura não permite que vá ao ar, ou seja, o que o tele-espectador pode ou não assistir em canal aberto). Ao serem lançadas as cenas, o tele-espectador interpreta-as já a partir de um imaginário sobre o comportamento do candidato, e sobre como (a partir de sua formação) ele gostaria que este candidato devesse se comportar. Já os candidatos oscilam entre aparecer para agradar ao público sob o imaginário de como o tele-espectador gostaria que ele agisse e aparecer para agradar aos outros candidatos (dentro das condições a que estão submetidos).

É dessa relação imaginária, da qual decorre esse efeito de interação, que pensamos na aproximação, ou nesse efeito de convivência entre os sujeitos do discurso, (posições tele-espectador, participante e produtor) apesar da distância real que os separa.

Orlandi (2007) ainda diz que nesse processo de *formações imaginárias*, "se fazemos intervir a antecipação, esse jogo fica ainda mais complexo, pois incluirá: a imagem que o locutor faz da imagem que seu interlocutor faz dele". (p. 40).

Temos então funcionando a antecipação do imaginário para os sujeitos. Dentre as três posições mencionadas, a antecipação se torna mais presente ou mais declarada para o candidato ao prêmio, pois segundo as regras do jogo ele é impossibilitado de ver ou de ouvir o que se passa do lado de fora da casa. Neste caso, durante o tempo em que se encontra na casa o candidato está determinado a conviver ou se posicionar diante da imagem que ele faz daquilo que está sendo passado do lado de fora, ou seja, a imagem que o tele-espectador faz dele.

Mas a antecipação funciona como um espectro, se estendendo também ao tele-espectador e ao produtor do programa. O primeiro, mesmo sem poder responder ao discurso no momento em que o seu locutor o enuncia, produz a imagem que o candidato faz dele. Da mesma forma, o produtor cria um imaginário daquilo que o tele-espectador imagina e responde através da audiência ou da falta dela. Neste caso, a audiência pode confirmar se o imaginário condiz com a antecipação feita à imagem do tele-espectador.

Por essas relações discursivas transpostas de um sujeito a outro pelo jogo imaginário, a partir do qual os sujeitos concentram o dizer em um discurso unificado – o BBB – dá-se na linguagem um efeito de ruptura em relação ao distanciamento que se colocava entre as posições sujeito na mídia televisiva. Ao serem afetados pelos sentidos ali produzidos os sujeitos são flagrados atravessados pelo discurso do **Outro,** ou seja, o candidato fala a partir dos sentidos que constituem o tele-espectador, que por sua vez passa a dizer a partir dos sentidos que constituem o candidato e ambos são envolvidos pelo efeito de produzirem o

programa que se designa como "show da vida real". A produção é a primeira espectadora daquilo que produz, mas nesse caso cria-se o efeito de que ela não existe. O programa que encena a banalidade real do cotidiano dentro da "casa do BBB" produz o efeito de estar sendo produzido à revelia do efeito de interação entre as posições discursivas.

Observamos no BBB que a mídia produz um imaginário de sentidos para o tele-espectador e desse imaginário ocorre a interpelação daquele que assiste ao programa em sujeito-midiático. Segundo Orlandi (2007), a interpelação do indivíduo em sujeito dá-se pela ideologia. É neste sentido que pensamos a constituição do sujeito-midiático, pois "a ideologia aparece como efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentidos". (p. 48). É comum a ideologia criar o efeito do já lá dos sentidos, produzir transparências, relacionar o sujeito com a língua e com a história, mas também apagar os sentidos que se produzem na história e no simbólico, causando a impressão de que ali está a origem do dizer e do sentido.

Assim, os sentidos que são produzidos no BBB não seriam possíveis sem o atravessamento da ideologia. É através dela que o sujeito-midiático inscreve-se na discursividade dos sentidos que vão sendo produzidos. A ideologia da mídia-televisiva é a condição de produzir para o sujeito-midiático o efeito de transparência das imagens, do discurso e dos sentidos. A necessidade de transparência na mídia vem relacionada à transmissão das imagens: mostrando os fatos, reproduzindo as cenas, recuperando detalhes, aproximando ao máximo o acontecimento com seus detalhes ampliados aos olhos do tele-espectador, já interpelado em sujeito-midiático.

Ao apagar os sentidos produzidos na história e no simbólico, a ideologia imediatiza as evidências, assim o efeito de clareza das imagens ampliadas pelas lentes das câmeras afasta a possibilidade de outros sentidos que não estejam relacionados ao campo de imaginário criado pela mídia.

Para Orlandi, o trabalho da ideologia é "produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência". (2007: 46).

Assim as imagens, cristalizadas pela transparência com que são passadas e sustentadas pela aceitabilidade dos sujeitos que a concebem, (lembramos que há o relacionamento dos sujeitos envolvidos no discurso pelo imaginário) trazem para o imediato das cenas, sentidos que parecem ter sido inaugurados ali, como se eles nascessem com a apresentação daquela imagem pela TV.

Daí a aceitabilidade de assistir em "horário nobre" aos assuntos mais comuns – entre os desejos, as privacidades e as baixarias que é o que mais chama a atenção – de pessoas

desconhecidas, colocadas dentro de uma casa e motivadas principalmente pela chance de uma delas se tornar em pouco tempo dona de 1 milhão de reais, o que configura-se como outra ilusão na relação *ser/aparecer*.

Aceita-se tudo: o jogo, as regras, as condições. Os sentidos são cristalizados em cada situação pelos efeitos de evidência e transparência das imagens. Nega-se o histórico e o simbólico: a vida real será apresentada em forma de espetáculo, assim, a casa (símbolo da privacidade) é aceita como palco e a privacidade dos participantes será a atração principal do show ao se tornar pública sendo espetacularizada pela mídia.

O programa se constrói num paradoxo, isto é, traz para o mesmo espaço de sentidos o tele-espectador e o participante, criando o efeito de que ambos dividem ao mesmo tempo o espaço do programa. Espaço também paradoxal, pois o programa é realizado dentro de uma casa, o que nos leva a pensar no deslizamento de sentidos do privado (casa enquanto lar) para o público (a casa do BBB). Nosso olhar se volta à análise da re-significação de duas noções elitizadas no discurso da sociedade burguesa, ou seja, na nossa sociedade: re-significação para o sentido que se tem de casa/lar (espaço para a constituição da família e da vida privada) e re-significação no sentido da publicização desse privado.

Metáfora[4] na relação público/privado: a casa do BBB

Nossa sociedade sustenta sentidos estabilizados relacionados a casa/lar que se inscrevem como: residência do casal que decidiu formar uma família, esta que terá em sua casa momentos felizes de privacidade e intimidades. Dessa relação, a casa será algum tempo depois povoada de filhos, frutos que se constroem no silêncio, no segredo dos pais, de preferência distantes e protegidos do **olhar** e dos **comentários** da sociedade.

No seio da família ensina-se como a privacidade e o respeito aos segredos do outro deve acontecer. Para facilitar a pedagogia familiar, a casa é divida em partes: algumas, todos podem freqüentar ao mesmo tempo a qualquer hora do dia ou da noite (sala e cozinha), outras são partes de privacidade individual, onde os membros da família têm o direito de manterem seus segredos, e garantirem alguns momentos de "reflexão" consigo mesmo (o quarto dos pais, dos filhos e das filhas).

[4] Conforme efeito-metafórico (Orlandi, 2001).

Dentro do bom e velho lar, os filhos aprendem cedo a não desobedecer e a não comentar lá fora sobre os problemas particulares que envolvem a família. E nos momentos de "crise", todos sofrem pelo mesmo motivo.

Essa tradição da instituição familiar vem aos poucos sendo contestada e em alguns casos desconstruída na sociedade contemporânea, e o BBB torna-se a metáfora de sua ruptura. A casa, símbolo da privacidade e do limite dos segredos familiares torna-se palco para a encenação das banalidades e baixarias pessoais na espetacularização do cotidiano. Câmeras espalhadas por todos os cantos garantirão que ali todos os acontecimentos serão expostos, todos os segredos que ali se inventarem serão revelados, nada ficará escondido.

Através do alcance das imagens midiáticas, constrói-se um imaginário que possibilita a inserção do público no privado e do privado no público: os participantes não terão direito à privacidade e ao que se passa do lado de fora da casa, mas terão direito a participarem dos grandes "shows" nacionais e internacionais, e conviverem/oscilarem entre propagandas de empresas multinacionais que patrocinam o programa.

Cria-se o efeito do fora/dentro/fora. No espaço do programa, os participantes (até então pessoas comuns e desconhecidas) tornam-se celebridades momentâneas (relação *ser/ aparecer)* logo no primeiro dia, quando são apresentados/expostos ao tele-espectador, tornando-se conhecidos nacional e internacionalmente no mesmo instante em que suas imagens são lançadas/espetacularizadas. Mas é preciso estar dentro para ser visto fora. De fora, todos os olhares (daqueles que assistem) se voltam para dentro, intensificando os interesses e os comentários à medida que os participantes se expõem: no quarto, no banheiro, na sala, na cozinha, nas provas, na festa, na piscina, na malhação, etc. cria-se nesse movimento um efeito espelho, pois o tele-espectador passa a viver a vida dos participantes. Assim, a privacidade que se publiciza na mídia é a mesma daquele que assiste ao programa. A mídia lança a imagem para o tele-espectador, e este, por sua vez, reflete-se no espelho projetado por aquela.

Esse desdobramento da linguagem que produz o efeito do espelhamento é comentado por Debord (1997) no sentido do consumismo. Para ele, o espetáculo das mercadorias torna-se a imagem que representa a realidade de seu espectador, ou seja, do sujeito consumidor. A realidade passa a ser projetada a partir da imagem que o espetáculo lhe proporciona.

> A consciência-espectadora, prisioneira de um universo achatado, limitado pela tela do espetáculo, para traz da qual sua própria vida foi deportada, só conhecem os interlocutores fictícios que a entretém unilateralmente com sua mercadoria e com a política de sua mercadoria. O espetáculo, em toda a sua extensão, é sua 'imagem do espelho'. Aqui se encena a falsa saída de um autismo generalizado. (p. 140).

Para esse autor há um tempo real e um tempo espetacular. No tempo espetacular, o tempo real torna-se paralisado. Sendo assim, o sujeito já capturado, afetado por esse mundo espetacular, passa a projetar sua vida em função do espetáculo, deixa-se de viver o aqui agora do tempo cronológico e passa-se a viver o tempo fantástico e espetacular, exibido pelas imagens da TV. Neste jogo de espelhos, o tempo real torna-se reflexo, e a espetacularização assume a condição de protagonizar a encenação da realidade, tornando-se o objeto da atração do olhar e o observador vivo daquilo que o espetáculo lhe preparou.

Mas no BBB o espetáculo não se limita só à transmissão de imagens que representa o consumismo, no sentido marxista do termo, que se consolidou como uma necessidade para a sociedade. Paradoxalmente, o programa produz um efeito de que o consumo das mercadorias passa para um segundo plano, produzindo para a sociedade um imaginário de que a necessidade atual é assistir às imagens que as pessoas sempre se esquivaram de mostrar, mas que sempre atraiu o olhar de "curiosos" da vida alheia (o panoptismo). Assim, o programa espetaculariza o cotidiano, a vida íntima e a privacidade das pessoas que participam do *reality show*, sendo estas as cenas que protagonizam a tela do espetáculo.

Para nós, através desse paradoxo, mídia e sociedade passam a significar-se no mesmo espaço, criando o efeito de que ambas se constituem ao mesmo tempo, produzindo sentidos através do jogo de espelhos. A mídia lança a imagem para o tele-espectador, significando a vida real em forma de show e produzindo ao mesmo tempo um imaginário de sentidos para a sociedade. Esta vê sua imagem refletida nos participantes que são escolhidos para significá-la. Estrategicamente, cada participante é escolhido de diferentes regiões do país, criando o efeito de que o Brasil significa-se ali (homogeneíza ao mesmo tempo em que subjetiva). Os participantes são também reconhecidos/chamados pelo nome de seu estado de origem: a baianinha, o paulista, o carioca, a nordestina, o gaúcho, o mineiro, etc.

Neste movimento, o sujeito-midiático vê sua imagem refletida não só no participante que representa sua região, mas principalmente na convivência entre todos os participantes (efeito de que o Brasil interage na casa do BBB) no cotidiano, nas conversas, e na privacidade de cada um sendo publicizada. O cotidiano e a privacidade daqueles que estão dentro da casa passam a fazer parte da vida dos que estão assistindo, de tal modo que estes passam a encará-los como se a sua própria privacidade estivesse sendo exposta ao público. Como dissemos, a privacidade que se publiciza é a mesma daquele que assiste ao programa. Neste jogo de espelhos, o sujeito-midiático que se reflete na mídia é o mesmo que forma a sociedade que a mídia reflete.

O efeito fora/dentro/fora que comentamos acima, e que traduz tudo o que acabamos de dizer, também se estende aos *shows* (nacionais e internacionais) e às propagandas que existem no mesmo espaço entre as pessoas que não podem sair para vê-los. Enfim, a vida real é significada em forma de espetáculo, *show* que não é a vida real, mas que se constitui nela, produzindo os sentidos dela.

Na sua sétima edição, por exemplo, um dos shows que foram produzidos no jardim da casa do BBB foi de *Simple Plan*, uma banda internacional contratada especialmente para cantar para os participantes do programa (mas esta vinda da banda no sentido pré-concebido, efeito do já lá dos sentidos). A cena que antecede o show (apresentação da banda) se abre com todos os participantes na "sala de estar" conversando com um suposto mediador, Pedro Bial. Todos aparentemente estão muito animados e a euforia explode quando Bial anuncia que haverá um grande show com a tal banda. Bial diz: "com vocês *Simple Plan,* lá pra fora!". Todos saem correndo e se deparam com uma mega produção montada para recebê-los. O *show* se inicia e todos querem tocar o vocalista que se afasta e convida a todos para cantarem com eles: *Everybody* [5]. O tele-espectador pôde acompanhar nove minutos de show junto com os participantes do programa.

Consideramos assim que o programa é produzido na dobra que é também o espelhamento que pensamos entre mídia e sociedade (no efeito de interação e na relação público/privado). Desta forma, pensamos assim como Deleuze (2007) que "o sujeito se vê no limite máximo entre um dentro e um fora". (p. 217). Pensando-se o fora e o dentro como a relação entre discurso e interdiscurso, assim como o pressuposto da AD de que os sentidos são construídos numa relação da língua com a história e com o simbólico. Relações que são apagadas pela ideologia materializada na linguagem (neste caso midiática), construindo transparências e levando os sujeitos a experimentarem esta situação como algo totalmente novo.

A posição sujeito do participante do programa coloca-o na condição de perder a privacidade sendo vigiado/olhado o tempo todo pelo tele-espectador, mas o primeiro sabe que o mesmo olhar que o vigia lhe garante a fama. Algumas semanas de exposição e de espetacularização da privacidade são compensadas pelo sucesso de estar sendo visto/aparecendo na mídia. No limite entre o dentro e o fora, o sujeito (participante) se subjetiva no *aparecer* (ser/tornar-se celebridade) e no efeito de interação imaginária com o

---

[5] Disponível em http://youtube.com/watch?v=RmTBfLKIpAE. "Simple Plan no BBB 7".

tele-espectador (saber que está sendo visto e se perguntar como sua imagem está sendo refletida ao tele-espectador que o encara como celebridade a partir de então).

Limite em que também se encontra o sujeito-midiático. No efeito de interação com o programa o tele-espectador "partilha" da privacidade que está sendo publicizada e desta forma se subjetiva como testemunha ocular de tudo o que rola no programa. Subjetividade que se demonstra no momento em que o sujeito-midiático se individualiza no voto, eliminando aquele participante que não lhe agrada. Produzindo o efeito de que o tele-espectador detém algum controle sobre o programa.

Tanto o participante do programa, quanto o tele-espectador relacionam-se com os sentidos produzidos pela metáfora: casa do BBB. A mídia produz um imaginário de que a casa é aberta não só aos participantes, mas também a todo o país. Ao serem lançadas as imagens do interior da casa, já com todos os participantes se movimentando e se espetacularizando diante das câmeras, o tele-espectador também é convidado/convocado a participar do espetáculo, através de uma frase que se tornou familiar do público do BBB: "Entre e olhe à vontade", ("Vamos dar uma espiadinha...[6]").

Os verbos do discurso midiático "entrar" e "olhar" reforçam os sentidos do programa. O primeiro responde ao desejo do tele-espectador, inserindo-o no espetáculo, mas funciona também como uma palavra de ordem que no jogo de espelhos inverte os sentidos, ordenando ao tele-espectador a deixar o espetáculo entrar (à vontade) em sua casa. O segundo coloca-o de volta no lugar de contemplador, garantindo a audiência do programa. O substantivo "à vontade" configura-se como um adjetivo, lembrando o tele-espectador do conforto de sua própria casa, local onde se pode ficar à vontade. Estes sentidos produzidos no programa reforçam o efeito de aproximação e de interação entre o tele-espectador e o participante.

Pelo efeito metafórico, a casa se torna um espaço público, convergindo com o espetáculo. Publiciza ao mesmo tempo o símbolo da privacidade (casa) e a privacidade de seus "moradores". O imaginário produzido pela mídia é o de que o espetáculo não se pretende ao controle e sim à liberdade, eis o efeito que sustenta os sentidos no discurso do espetáculo. Mas para nós o espetáculo controla os sentidos e, se são os sentidos que constituem o sujeito, então o sujeito contemporâneo é controlado no/pelo espetáculo.

---

[6] Enunciado de Pedro Bial, mediador entre o programa e o tele-espectador, convidando o tele-espectador para, assim como ele, não perder a chance de olhar a privacidade dos participantes.

A dissolução dos paradigmas e a ruptura dos segredos

Visto que nossa análise se reporta a cenas que vão para o canal aberto, ou seja, para a televisão, não vamos falar aqui sobre a sexualidade, que é matéria muito bem discutida por Foucault (1988) [7], e que no BBB se faz de maneira muito "explícita", circulando assim, em canal fechado ou na internet, como dissemos acima. Ressaltamos também, que a cena recortada para esta análise, é reproduzida pelo youtube, o que a enquadra em um outro recorte midiático. Mas nos serve como objeto, pois são cenas que reproduzem os efeitos dos quais estamos falando.

Desta forma, como materialidade de nossa análise, trazemos para a discussão duas cenas transcritas do BBB 8: a segunda cena é colada estrategicamente à primeira, produzindo assim o efeito de transparência no discurso. Nestas cenas analisaremos o imaginário de sentidos pelos quais os sujeitos participantes do programa são constituídos na sociedade e que se estendem aos sentidos produzidos no cotidiano da casa. Assim, através dos diálogos que aparecem nas cenas, falaremos sobre a noção de transparência da linguagem e dos sentidos e o limite em que os sujeitos se encontram na relação verdadeiro/falso, ser/aparecer e publico/privado, este último no sentido de dizer ou não no BBB alguns assuntos "pessoais" acontecidos antes de se encontrarem no programa.

Na convivência conflituosa entre alguns participantes que se julgam entre o *verdadeiro* e o *falso*, diante do espetáculo percebemos uma batalha discursiva que estes enfrentam para tentar convencer a si próprio, ao seu concorrente, e ao tele-espectador de que não estão no espetáculo simplesmente para aparecerem, mas para serem *verdadeiros* a partir dos sentidos que os constituem na sociedade. Percebemos então que entre as banalidades e baixarias no cotidiano da casa existe uma "vontade de verdade" (Foucault: 2001) que se explicita nos dizeres dos participantes do programa.

Envolvidos nesse discurso estão alguns confinados representados respectivamente por (p 1), Tathiane, (p 2) Marcelo, (p 3) Marcos – namorado de Tathiane, e (p 4) Rafinha.

A cena se abre com Marcelo e Tathiane discutindo ao fundo, no corredor que liga a sala aos outros cômodos da casa (quartos e banheiros), Marcos surge de roupão e passa por

[7] O público/privado do programa aparece no espetáculo também encenando, ou dando continuidade ao discurso da sexualidade, assim como discutido por Foucault (1988). Ao analisar a "história da sexualidade" através dos discursos que a sociedade burguesa construiu ao longo dos séculos XIII, XIX e XX, Foucault responde que o sexo se tornou um temor para a sociedade e que a melhor forma de contê-lo/controlá-lo foi construir em torno dele uma infinidade de discursos que falassem "a verdade" sobre o sexo, deixar que falasse por si, trazê-lo para o nível do discurso para melhor controlá-lo.

eles, retornando ao ouvir que as palavras que eles proferiam prometiam "guerra", uma "guerra" discursiva.

P 1 – Você acha que eu sou falsa? Então não tenho mais nada pra ***falar.***

P 2 – Não ***ponha palavras*** *na minha boca.*

P 1 – Foi isso que você ***disse,*** *quero contar com* ***sinceridade.***

P 2 – Você vestiu a ***carapuça.*** *Você vestiu a* ***carapuça.***

P 1 - Se você acha que eu sou ***falsa,*** *o problema é teu, porque* ***falsa*** *eu não sou, em momento algum. Quando eu choro, eu choro de* ***verdade aqui dentro,*** *quando eu rio, rio de* ***verdade,*** *quando eu agradeço, agradeço de* ***verdade.***

Neste primeiro recorte da cena, notamos bem que os participantes (Marcelo e Tathiane) retomam no diálogo, uma dada situação, (interdiscurso) que poderia não ter ficado bem "esclarecida" para um ou outro em algum momento do convívio na casa e decidem ter uma conversa que teria por objetivo, eliminar as dúvidas entre o *verdadeiro e o falso*. Limites de uma situação incômoda para a participante Tathiane que neste momento estava sendo alvo (passando uma imagem de vítima) das acusações de Marcelo, que a estaria rotulando de *falsa.*

Dessa forma, Tathiane, que se diz verdadeira em todos os sentidos, utiliza-se do verbo **falar e dizer** (funcionando nesta cena como sinônimos) para se aproximar dessa verdade. Deixando a entender que tanto ela, quanto tudo o que ela diz são verdadeiros e ameaça não falar mais, visto que Marcelo a chamou de falsa.

Para retificar seu sim, Marcelo se apropria do dizer dela, – *Não* ***ponha palavras*** *na minha boca e* ***vestiu a carapuça*** - num efeito metafórico, para significar a sua resposta, ou seja, para ele Tathiane é realmente falsa.

Na seqüência, percebemos que a grande preocupação da participante Tathiane é com relação à imagem dela para o tele-espectador, ou seja, como ela estaria aparecendo no programa. Ela antecipa o que seria o imaginário do tele-espectador e também o de seu companheiro de programa para impor os sentidos que ela tem de si e que a constitui sob o paradigma do verdadeiro e não do falso. Ao tentar *aparecer* sob esse paradigma, notamos que o participante do programa procura passar uma imagem de si (aparecer) relacionada com sentidos estabilizados na sociedade como: verdadeiro, necessitado, vítima de preconceitos, etc. Assim, percebemos que há um imaginário produzido sob o efeito de que, agindo assim, poderá conquistar um voto de confiança do tele-espectador que é, entre outras regras do programa, uma maneira de garantir sua permanência na casa, e quem sabe, chegar ao prêmio máximo destinado ao participante vencedor.

Os sentidos relacionados à verdade são inscritos no imaginário social como paradigma da realidade, princípio de certeza e fidedignidade, onde não há fingimento e sim sinceridade[8]. Ao passo que relacionado a falso são estabilizados os sentidos de "contrário à realidade, em que há mentira ou dolo, (...) que falta fundamento ou exatidão, que imita algo ou que parece verdadeiro".[9] Dessa forma, o sujeito participante do "reality show", afetado por esses sentidos, tenta se aproximar desse imaginário produzido na nossa "vontade de verdade", repetindo sempre os mesmos sentidos com forte tendência a manter na linguagem o efeito de transparência dos sentidos estabilizados para o lado do *verdadeiro* e, pelo mesmo efeito de transparência, tentando se distanciar do *falso.*

(Entra outro participante, o namorado de Tathiane).

P 3 – Vamos embora, por favor.

*P 1 – Não, peraí, é pra **falar**, então a gente **fala!***

*P 2 – Sim, pode **falar!***

*P 1 – A gente **fala!***

*P 3 – Não vamos **discutir** agora não.*

*P 1 – Que **discutir**, eu **falei**, **aqui dentro** eu **discuto** com quem eu acho que devo **discutir.***

P 2 – Sim.

*1 – Quando o meu sorriso tiver que **ser falso**, **aqui dentro** não vai ser, não vai **ser lá fora**, como **nunca foi*** (Marcelo faz cara de inconformado) *escuta, olha só, olha pra mim. O dia que você olhou pra mim...*

Notamos neste recorte que os participantes remetem ao espetáculo no qual estão inseridos e, consequentemente, o diálogo se intensifica na relação *ser x aparecer.* O imaginário produzido pela mídia concernente ao par ser x aparecer se estende ao sujeito participante que afetado por este sentido o traz para o nível das conversas cotidianas, relacionando o *aparecer* espetacular, com o *ser* na sociedade. Realidade e espetáculo são colocados no mesmo plano uma vez que os sujeitos que ajudam a produzir o espetáculo midiático são afetados pelo imaginário que a mídia produz na sociedade.

Assim, essa *discussão* entre os sujeitos participantes ganha destaque na mídia, pois são cenas que se aproximam do imaginário social antecipado pela produção do programa, que as vêem como cenas que irão agradar o tele-espectador. Podemos dizer que são cenas que denunciam/refletem os mesmos sentidos do programa em si, ou seja, os pares ser x aparecer, verdadeiro x falso, são questionamentos levantados pelo tele-espectador sobre o próprio

[8] "Míni Aurélio", 6ª Ed. Positivo: 2004, p. 812.
[9] Idem. p. 396.

programa, ao passo que este responde através do espetáculo com cenas como essas. Enquanto Tathiane tenta se justificar de várias maneiras para aparecer como verdadeira no espetáculo, este se estabiliza produzindo os efeitos de verdade na vida real.

P 2 – Aponta o dedo pra fora.

P 1 – Aponto pra onde eu acho que devo apontar.

P 2 – Pra mim cê não aponta, cê vai apontar pra ele, pra mim cê não aponta.

P 1 – Pra ele não, não mando nele, não mando em você, não mando às vezes nem mesmo em mim, eu não mando.

P 2 – Ta, ta, ta!.. ahnranh!

P 1 – Na prova que você ganhou, na última, briguei com o Felipe ali ó, ali ó, porque eu falei, quem ganhar agora eu tô feliz, Marcelo ou Jú. Falei isso, pergunta pra quem... Pergunta pra Jí que tava do meu lado. Ele veio aqui e me jogou a carapuça, Marcelo. Chorei depois, pra quem..., não importa pra quem, mas se você acha que é mentira (bate nas mãos), julga você. Julga você.

(Retorna Marcos novamente)

P 3 – Gente, não vamos ***discutir*** *agora, por favor...*

P 1 – ***Julga*** *vo-cê.*

P 2 – O que tiver que ***falar*** *eu* ***falo.***

P 1 – ***Julga*** *vo-cê.*

P 2 – Aproveita o que eu ***te falei, olha essa palavra é muito pesada,***

P 1 - ***Julga*** *vo-cê.* ***Julga*** *vo-cê.*

P 3 – Amanhã a gente conversa.

P 2 – ***Deu um showzinho, um showzinho.***

P 3 – Amanhã a gente ***conversa.***

Chamamos a atenção nesta seqüência para o uso do verbo **julgar** que aparece entre os sinônimos do verbo **falar** (discutir e conversar) denunciando que Tathiane chega a um limite de seus argumentos, ao passo que Marcelo continua encarando-a como falsa.

Mas ao se ver entre o achar e o julgar, Marcelo se esquiva dizendo que esta é uma palavra muito pesada. O verbo julgar remete a sentidos que não caberiam a qualquer pessoa na sociedade, ou seja, é uma palavra que envolve situações específicas. Para o sujeito cristão, julgar só cabe a Deus. No processo judiciário, julgar só cabe ao promotor de justiça, etc.

Notamos que pelo efeito de transparência da linguagem, os sujeitos sentem-se como donos do seu dizer, isto é, tomam a palavra, principalmente os verbos, com propriedade de quem sabe o que está dizendo. Para Orlandi, é a ideologia materializada na linguagem que

produz este efeito, uma vez que o sujeito que fala tem a impressão de ser a origem do dizer e dos sentidos.

Mas se aquilo que o sujeito diz tende para sentidos já estabilizados no real da língua e no real da história, podemos dizer que a linguagem não é transparente e os sentidos estabilizados na sociedade se repetem na/pela relação língua/sujeito.

(Continua a cena, Marcelo sai por uma porta, Tathiane e Marcos saem por outra. A cena termina, mas liga-se a uma outra, que é a continuação da conversa. Nesta se envolve Rafinha, Tathiane e Marcos. Tathiane tenta explicar o motivo da briga com Marcelo).

P 3 – Não né, é o seguinte ó, quando a Tathi...

P 1 – Peraí... O Marcelo chegou em mim e ***falou.***

P 3 – Eu vou ***explicar*** *agora...*

P 1 – Acabou de sair do banheiro, ***um livro na mão,*** *arrogante feito chegante. Dizendo que eu sou falsa! Sabe o* ***discurso*** *que ele usou pra Talita?... Pra mim...* ***dizendo*** *que não acredita mais em mim, cê sabe porque? Eu vou* ***dizer,*** *e vou* ***dizer*** *pra todo mundo lá fora.* (Marcos faz cara de preocupado, leva a mão à boca).

P 1 – Foda-se, se meu pai e minha mãe... Vergonhoso ou não; sabe por quê? Os meus melhores amigos são gays, eu vou pra balada gay... Já beijei mulher, já beijei mulher. (olha pra câmera) *quer botar isso? Já dei beijo triplo, duas mulheres e um homem, dois homens e uma mulher, já beijei.* (Olha pra câmera novamente) *Quer mandar isso? Manda isso,* (soluços e choros) *já beijei sim, quando eu dizia pra ele, a gente tem uma coisa em comum...*

P 4 – O cara conseguiu o que queria. (Rafinha diz se levantando pra sair).

P 1 – Era isso, era isso.

P 3 – Rafinha, Rafinha...

P 4 – Conseguiu o que queria Marcão. ***Fala aí...***

P 1 – Era isso, era isso. (todos dizem ao mesmo tempo, Tathiane chora compulsivamente)

P 3 – (...)Senta aí, eu vou te explicar agora, senta aí cara.

P 1 – Não tem mais nada...

P 4 – Não, cê acha que ela precisa ficar ***falando essas coisas?***

P 1 – Beijei dois homens e uma mulher que era eu, não tem mais nada. (chora compulsivamente).

P 4 – ***Para de falar...***

P 3 – ***Para, para, para, para...***

(A cena é cortada, e abre outra cena com Marcelo em outro quarto, sozinho, de frente a um espelho).

P 2 – Seu segredo você devia contar pro cara que gosta de você... Segredo!

Marcelo sai e fecha-se a cena.[10]

Neste recorte o enunciado de Tathiane se prolifera meio "descontrolado", ameaçador, provocando as câmeras, falando diretamente ao pai e à mãe na figura do tele-espectador aos quais, através das formulações discursivas, ela antecipa o imaginário sobre aquilo que eles vão pensar dela e revela, mesmo assim, algumas de suas aventuras sexuais vividas antes de ter entrado no programa. Enquanto Rafinha e Marcos ouvem indignados, julgando Marcelo pelo que aconteceu. "p4 – O cara conseguiu o que queria".

Mais uma vez o efeito que se tem é o de que os sentidos que constituem os sujeitos dos discursos regem suas reações. Os sentidos têm a ver com as instituições que formam o sujeito na sociedade (família, escola, igreja, Estado) e estes sentidos formam o imaginário que diz ao sujeito no momento do discurso: "isso não é coisa que se diga (na condição de se estar no BBB) diante do país, o que todos vão pensar de você agora?".

Pensamos aqui na relação do discurso com o "saber discursivo, o já-dito" (interdiscurso), pois o discurso não nasce de um vazio, tudo o que o sujeito diz tem a ver com os sentidos que o constituem ou se constituíram em outras situações. Desta forma podemos dizer que o fato de aparentemente não haver um controle feito pela produção do programa no discurso dos participantes do BBB (como é feito nas situações de entrevista, jornalismo, programas de auditório, etc.) não significa que o discurso seja desprovido de qualquer controle, pois o discurso exerce sobre si o seu próprio controle.

É no gesto de se deixar falar à vontade no programa que se faz o controle, não pela produção, mas pelo discurso. Quanto mais se toma o discurso como transparente, mais se é dominado por ele. Para Foucault (2001) discurso é poder e se é poder ele controla e domina toda vez que o sujeito quer dominá-lo. "O discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar" (p. 10). O poder do discurso se caracteriza no jogo do imaginário que passa de um sujeito a outro a partir de sua posição e da instituição que o sedimenta na sociedade.

Assim, produz-se um efeito de que o programa inaugura um novo lugar para o funcionamento do discurso-midiático, a "ordem do discurso" parece estar invertida, colocada no seu avesso. Não há, como em outros programas televisivos, a presença de um

[10] Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=Wq7x7u2HdMM.

apresentador, ou de um entrevistador para organizar o acontecimento do discurso, mas as cenas vão acontecendo e elas mesmas garantem certa ordem, certo sequenciamento.

O discurso que se manifesta entre os participantes parece estar separado da instituição que o rege, ou seja, da produção que delimita/controla na mídia aquilo que os apresentadores, os entrevistadores, os entrevistados, ou os atores devem ou não expor ao público. No BBB parece haver certa liberdade pra se falar daquilo que se pensa, ou melhor, dos sentidos pelos quais se está atravessado/afetado.

Abre-se uma brecha (lugar do paradoxo) em que o discurso e, consequentemente, os sentidos vão se proliferar de outro ângulo, onde antes o sujeito-midiático ainda não os havia experimentado. Os sujeitos ali envolvidos, no jogo do discurso (tele-espectador e participante) não se dão conta dessa transposição de sentidos, apenas interpretam as cenas e os acontecimentos. A interpretação garante a "invisibilidade" da ideologia, esta que traz para o imediato dos acontecimentos o efeito de transparência do discurso.

Entre si os participantes descarregam os verbos, palavras que ganham força ao serem apanhadas de relance pelas lentes das câmeras e aproximadas do tele-espectador que as acompanha de perto. Um perto/distante, mas por isso mesmo muito mais perto, porque o tele-espectador precisa desse efeito de aproximação do discurso para manter o efeito de interação (imaginária) com o participante. Ao ser colocado na condição de testemunhar o discurso o tele-espectador é ao mesmo tempo afetado pelos sentidos ali produzidos, criando o efeito de que ele participa e vive a mesma situação.

Situação que ao tele-espectador basta ligar a televisão e interpretar a montagem de cenas cadenciadas em uma seqüência lógica e, se preciso for, acontecem alguns *flashbacks* para deixar mais clara a situação e facilitar a conclusão a que deseja chegar o tele-espectador. Mas para que não ocorra ao tele-espectador de se perder no próprio efeito de transparência que as imagens lhe proporcionam, o interessante é acompanhar todos os dias as situações de conflitos e convivência dos participantes.

Na cena que descrevemos acima podemos acompanhar um acontecimento conflituoso que chama a atenção do tele-espectador para um suposto **segredo** que se inventa no cotidiano de alguns participantes, **segredo** que não o é, pois nasce em um espaço discursivo que não permite a sua existência e por isso mesmo é, no funcionamento discursivo, revelado àqueles que o espreitam.

Desta forma podemos acompanhar o discurso de "desespero" de Tathiane para convencer Marcelo de que ela é verdadeira em todos os sentidos e que mesmo assim não o comove. Percebemos num primeiro momento que há uma "vontade de verdade"(conforme

Foucault) regendo o enunciado dela. Tathiane deseja provar para Marcelo, mas também para o tele-espectador de que ela não é falsa, como não o são seu sorriso, seu choro, seus agradecimentos. Palavras que ela repete/evoca várias vezes, instaurando interdiscursividade com outras situações vivenciadas por ela dentro da casa, tudo com um objetivo: fazer crer que suas atitudes são verdadeiras.

Ao passo que Marcos (o namorado) constituído por outros sentidos, não aceita que eles discutam naquela situação. Fora ele, parece não haver nada mais impedindo o acontecimento discursivo entre eles.

Uma conversa comum entre pessoas que convivem no mesmo ambiente ganha status e interesse nacional uma vez que está sendo vista e acompanhada pelo tele-espectador que através da audiência garantem àquele acontecimento um dos momentos de sucesso do programa. O sujeito-midiático sente-se interessado e convocado a acompanhar essa "briga" até o fim. Quanto mais as discussões se intensificam mais o tele-espectador se vê inserido na cena. Há certo sentimento de "realização" própria em ver no "outro" atitudes que ele mesmo (o sujeito que assiste) gostaria de tomar.

Marcelo não diz praticamente nada, parece vencido pela violência do discurso que lhe é dirigido, mas ao final derruba, desconstruindo com apenas três palavras toda a "vontade de verdade" que se quis passar através do discurso de Tathiane: *deu um showzinho*.

Já na atitude de Marcos percebemos o efeito "controle" no próprio discurso, pois a relação de interdependência discursiva com o tele-espectador produz o imaginário de que não se pode dizer tudo em qualquer situação do programa, ou seja, qualquer deslize poderia prejudicar Tathiane com o tele-espectador que os acompanha. Desta forma, o espetáculo é também produzido/espelhado nos sentidos produzidos pela realidade de fora. Podemos confirmar esse efeito com a segunda cena que transcrevemos, que além de produzir o efeito de espelhamento no real, produz também o efeito de transparência do discurso.

A meu ver, o participante do BBB que aparentemente tem a liberdade para falar de tudo em um programa de televisão deste tipo, fala apenas aquilo que o imaginário de sua constituição permite que ele fale. Dessa forma funcionam no imaginário os "procedimentos de exclusão" dos quais nos fala Foucault (2001). Procedimentos que existem antes do sujeito e que o afetam tão logo ele começa a falar, pois o sujeito não tem controle de como os sentidos se constituem nele.

Segundo Foucault, "sabe-se bem que não se tem o direito de dizer tudo, que não se pode falar tudo em qualquer circunstância, que qualquer um, enfim, não pode falar de qualquer coisa". (2001: 09). Esta noção situa o discurso na sua relação com a história e com o

simbólico, pois os sentidos que constituem o sujeito estão relacionados com a instituição (família, escola, igreja, estado) e esta se relaciona com os dois primeiros. Discurso/sujeito/mundo produzem sentidos imediatos por que (pela AD) não há como concebê-los separadamente. O programa significa isto ao produzir um efeito de interatividade com o tele-espectador. Neste sentido questionamos: como definir o sujeito-midiático a partir do BBB? Como aquele que de dentro ou de fora da tela, entra no jogo discursivo proposto pelo programa. Seja o tele-espectador, os candidatos a milionários (grande motivação) e a produção.

Percebemos assim que a linguagem não é transparente, mas se dá numa relação intercambiável entre sujeito e mundo, entre história e simbólico, desta forma, os sentidos não são estáveis, mas por esta relação significam diferentemente, se deslocam, pois o discurso, carregado de sentidos, se depara com novas condições, com novos acontecimentos para sua produção. Assim, as relações publico/privado, ser/aparecer e verdadeiro/falso produzidas no funcionamento discursivo do programa BBB, ao serem concentradas no mesmo espaço, e consequentemente, espetacularizadas na mídia, anulam suas disparidades constituindo novos sentidos no discurso midiático.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao trilhar pelo caminho da Análise de Discurso, percebi que o sujeito da linguagem se constitui pelos sentidos que o relaciona com a língua, com a história e com o simbólico e que ao dizer, o sujeito, a partir de uma posição dada, explicita os sentidos que o constitui na sociedade. Assim o sujeito usa da situação para se dizer enquanto tal, mas interpelado pela ideologia materializada na linguagem não percebe que está repetindo e ao mesmo tempo deslocando os sentidos já estabilizados e se coloca como origem do que está dizendo.

Por sua vez, a ideologia produz um efeito de transparência na linguagem, ou seja, apaga a relação desta com a história e com o simbólico "colocando o sujeito na relação imaginária com suas condições materiais de existência". Mas, como vimos, a linguagem não é transparente.

Buscando atravessar o efeito de transparência da linguagem, tomei como objeto de análise o funcionamento discursivo da mídia televisiva no programa BBB, fazendo primeiramente uma relação do programa com os processos históricos (o panoptismo: dispositivo de controle disciplinar do século XIX utilizado nas instituições para "vigiar e punir" o sujeito) dos quais o BBB produz um efeito metafórico (sistema de câmeras: século XXI, utilizado por uma empresa multinacional de televisão, produz um "reality show" de 12 participantes confinados dentro de uma casa vigiada por milhares de pessoas, instaura a possibilidade da fama ao sujeito) propondo-se como novo, produz um efeito de interação com o tele-espectador.

Diante desse funcionamento discursivo entre mídia e sociedade, duas questões me inquietaram: a) Como os efeitos de espetacularização produzidos pela mídia afetam o sujeito contemporâneo? b) Como as relações público/privado, ser/aparecer e verdadeiro/falso significam no programa BBB?

Quanto à primeira questão, respondo que ao se produzir nestas condições, o BBB produz um imaginário de sentidos para a sociedade que se contempla na espetacularização da privacidade e do cotidiano de pessoas até então desconhecidas que se tornam celebridades momentâneas durante o tempo em que estão no programa, aparecendo na mídia. Estes sentidos participam do processo de constituição do sujeito contemporâneo, pois a privacidade espetacularizada no BBB instaura a possibilidade da fama e do poder aquisitivo individualizado (o jogo do milhão).

Na segunda questão discuto três relações constitutivas da linguagem, as quais, a partir dessa leitura, respondo da seguinte maneira:

O público/privado são unificados no espaço do programa, produzindo na linguagem um efeito metafórico para os sentidos de um e de outro. Há um deslizamento dos sentidos do público para o privado e do privado para o público, pois se produz dentro de uma casa (símbolo da privacidade para a sociedade burguesa) um programa de televisão (sistema de publicização) que espetacularíza a privacidade de seus participantes. Assim o BBB se espelha na privacidade da vida real para representá-la em forma de espetáculo, produzindo um efeito de que aquele privado que se publiciza é o mesmo do sujeito midiático que sempre manteve certa privacidade em sua própria casa.

A relação ser/aparecer é reforçada pelo imaginário produzido pela mídia de que o *ser* (fama, celebridade) tem a ver com o *aparecer* na mídia, mesmo que este aparecer seja para espetacularizar a própria privacidade. Mas no BBB, tanto o sujeito participante, quanto o sujeito midiático relacionam o ser/aparecer produzido pela mídia com sentidos já estabilizados na sociedade, sentidos que os constituem enquanto sujeito da linguagem.

Na relação verdadeiro/falso notamos que o sujeito que se diz no programa retoma o já dito, o interdiscurso para se relacionar com os sentidos que tanto a palavra verdadeiro, quanto a palavra falso produz na sociedade. Se os fatos históricos reclamam sentidos e o discurso do histórico estabiliza os efeitos de verdade para os sentidos produzidos, os fatos do cotidiano na casa do BBB também reclamam sentidos. Assim os sujeitos que se dizem no programa procuram estabilizar um efeito de verdade para aquilo que estão dizendo.

Verdadeiro que se opõe a falso pelo motivo de que este não se inscreve nunca enquanto tal, e por não ser um sentido aceito no discurso histórico/social o sujeito também não o aceita no seu dizer cotidiano.

Essas relações denotam que a linguagem não é transparente, pois os sentidos se constituem pela relação língua/sujeito/mundo, ora se repetindo, ora se deslocando para o infinito que produzirá novos sentidos relacionando-se com o já dito, com o interdiscurso com o trabalho da metáfora, com a abertura do simbólico.

REFERÊNCIAS

- DEBORD, Guy. "A Sociedade do Espetáculo". Rio de Janeiro: CONTRAPONTO, 1997.

- DELEUZE, Gilles. "Conversações". São Paulo: 34, 2007.

- FOUCAULT, Michel. "Vigiar e Punir". Petrópolis: VOZES 2004.

- _____ "História da sexualidade I: A vontade do saber". Rio de Janeiro: GRAAL, 1988.

- _____ "A Ordem do Discurso". São Paulo: LOYOLA, 2001.

- GOMES, Mayra Rodrigues. "Poder no Jornalismo: Discorrer, Disciplinar, Controlar". São Paulo: EDUSP, 2003.

- GREGOLIN, Maria do Rosário (org). "Discurso e Mídia: A Cultura do Espetáculo". São Carlos: CLARA LUZ, 2003.

- ORLANDI, Eni Puccinelli. "Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos". Campinas, SP: PONTES, 2007.

- _____. "Do sujeito na História e no simbólico" in ESCRITOS Contextos Epistemológicos da Análise de Discurso. Campinas, SP: LABEURB, 1999.

- Míni Aurélio, 6ª Ed. POSITIVO: 2004.

- http://youtube.com/watch?v=RmTBfLKIpAE. "Simple Plan no BBB 7". Acessado (em 28 de outubro de 2008, terça-feira, às 12h04min).

- http://www.youtube.com/watch?v=Wq7x7u2HdMM. "O segredo – BBB 8, Bione e Marcelo". Acessado (em 15 de outubro de 2008, quarta-feira, às 08h19min).

- http://www.folha.com.br. Acessado (em 03 de novembro de 2008, Segunda-feira, às 09h15min).