

BBB: 1984 EM SUA FORMA ANTIDESMISTIFICADORA

(2009)

André Petrini

Aluno do curso de Comunicação Social da UFPR
Habilitação em Publicidade e Propaganda

Contato:

andré@petrini.com.br

RESUMO

Além de seu nome, o reality show Big Brother, criado por John De Mol, apropria-se de outros elementos do romance “1984” de George Orwell. Os valores estéticos, literários, filosóficos e contestatórios, entretanto, são ignorados e substituídos por um espetáculo intelectualmente vazio, com culto ao corpo, e orientado pela lucratividade comercial. Para a Comunicação Social, este processo obedece a uma lógica de mercado que não só oferece ao público o que ele deseja, mas pior, diz a ele o que deve desejar. O resultado da subversão de obras de arte em prol do Capital é perverso para a sociedade. Enquanto os produtores enriquecem às custas da alienação popular, o público, imerso no ruído constante, não encontra o silêncio necessário ao raciocínio contestador.

Palavras-chave: Big Brother, indústria cultural, 1984, reality show, comunicação

BBB: 1984 EM SUA FORMA ANTIDESMISTIFICADORA

Há muito, a indústria cultural subverte a arte em prol do lucro monetário, sem se importar com os receptores do produto, que são transformados em meros números de cálculo para a rentabilidade da próxima “atração”. Exemplo clássico desta apropriação artística é o Big Brother, *reality show* inspirado em uma das mais influentes distopias criadas no século XX : o romance “1984”.

Embora John De Mol, inventor do programa, tenha dito em entrevista à revista Época que “não há nenhuma relação entre o livro e o programa de TV. A única coincidência é o nome de um personagem que aparece no livro” (2002), as semelhanças são latentes. O benefício que a sociedade recebe das duas obras, entretanto, estão separadas por um enorme abismo intelectual.

No romance, Eric Arthur Blair denunciou, sob o pseudônimo de George Orwell, a mentira, o Estado como aniquilador da Liberdade individual, e a invasão de privacidade rumo ao qual a sociedade caminhava.

Orwell criou uma sociedade onde o mundo é dividido em três superestados que vivem em guerra constante: Oceania, Eurásia e Lestásia. A Oceania é controlada pelo onisciente Partido IngSoc, sob o domínio do ditador Grande Irmão (Big Brother, no original em inglês). Os cidadãos são vigiados através das teletelas – espécie de televisão que recebe e transmite ao mesmo tempo -, e o sistema político é mantido através da opressão, manipulação de fatos históricos e até mesmo da língua, com a criação de um novo idioma, a Novílingua, que quando finalizada impossibilitaria qualquer forma de expressão contrária ao Partido.

Winston Smith é um funcionário de meia idade do Ministério da Verdade (cujo papel era fabricar a mentira), tem a saúde debilitada e crescentes dúvidas em relação à sociedade em que vive. Vigiado constantemente por espiões da Polícia do Pensamento, câmeras e microfones, aprendera a controlar suas emoções. Agora, porém, tinha vontade de gritar sua indignação frente à opressão pela qual aceitara durante toda sua vida, mas fazer isto seria assinar sua sentença de morte.

Desta forma, a obra de Orwell pretendia iluminar o resultado do mundo que estava sendo construído. Influenciou a criação do filme homônimo; do

quadrinho – e depois filme – “V de Vingança”; e do *reality show* “Big Brother” (começando em 1999 com a versão holandesa, e hoje atinge aproximadamente setenta países).

O Big Brother Brasil é exibido pelos canais da Rede Globo, sob apresentação de Pedro Bial e direção de José Bonifácio de Oliveira, o Boninho. O conteúdo do programa foi classificado como não indicado para menores de 16, e posteriormente reduzido para 14 anos, embora continue com apelo sexual, linguagem imprópria e vazio cultural, apesar do último fator não ser levado em consideração pela censura brasileira. Assim, a única forma de manter-se na grade-horária da emissora, é “procurar o cliente para lhe vender um consentimento total e não crítico” (ADORNO, 1987, p. 289).

Os produtores aparentam fazer a escolha dos participantes baseados em clichês estereotipados, selecionando a maioria com critérios que ressaltam o culto ao físico, “empregados arbitrariamente aqui e ali e completamente definidos pela finalidade que lhes cabe no esquema” (ADORNO, 1985, p. 103). A cada edição, porém, são adicionadas pessoas que representam as minorias, e quase que ironicamente, aqui também são expostas minoritariamente. “Para todos algo está previsto; para que ninguém escape, as distinções são acentuadas e difundidas.” (ADORNO, 1985, p. 101). Entretanto, esta pseudo-inclusão de minorias, assim como no romance, é efêmera, levando rapidamente à exclusão do mesmo: no programa, em forma de “eliminação”; na obra literária, em tortura seguida de morte.

Em “1984” as relações entre os cidadãos ocorrem de forma fria e impessoal: “Não se tinham amigos, tinham-se camaradas; mas havia alguns camaradas cuja companhia era mais agradável que a de outros.” (ORWELL, 1948, p.50). Na “casa” – que mais se assemelha a uma grande academia –, aproximadamente 20 pessoas são reunidas e trancadas por três meses, motivadas pela compensação financeira e exposição da mídia. Neste período, “o desafio não diz respeito à aproximação dos indivíduos e das coletividades, mas ao contrário, à administração de suas diferenças.” (WOLTON, 2003, p.9).

Este confinamento gera intrigas, rápidos romances e amizades superficiais, que tratam-se basicamente de estratégia para chegar ao prêmio final. Durante o processo, nota-se a decadência de valores morais, que pretensamente fazem parte da realidade brasileira, mas são considerados

“bobagem” por De Mol (2002). Não fosse pela grande similaridade com a distopia de Orwell – que o programa não deseja mostrar ao grande público –, seria possível afirmar que o show fora inspirado em espetáculos circenses, de forma a perpetuar o *status quo*.

A televisão, com seu apetite voraz, devoradora de quaisquer formas e gêneros de cultura, tende a diluir e neutralizar todas as distinções geográficas e históricas, adaptando-as a padrões médios de compreensão e absorção. (SANTAELLA, 2003, p.56)

O conteúdo gerado pelos participantes em suas intensas horas de ócio, são vazios baseados em *endoxa*, e ainda assim, repetidos massivamente na programação dos canais da emissora. Seja nos horários específicos da televisão aberta ou nos adicionais pagos, seus diálogos desestimulantes são exibidos com “breve sequência de intervalos, fácil de memorizar” (ADORNO, 1985, p.103). A excessiva exposição do programa mostra-se como um dos fatores de sua grande popularidade. Qualquer telespectador que esteja disposto a pagar, pode ter acesso às câmeras 24 horas por dia via internet ou *pay-per-view*. Se preferir, tem à sua disposição o “Big Fone”, para escutar o áudio geral, ou de determinado participante. É a celebração da hiper-realidade.

Não obstante a possibilidade de pagamento, os meios de comunicação “gratuitos” inundam as páginas com notícias irrelevantes sobre os acontecimentos da “casa” durante o fatídico período de veiculação. O ruído, mais uma vez companheiro da agressão organizada, impede que a audiência tome consciência do que consome (MARCUSE, 2000, p.264).

Pedro Bial, o “mestre de cerimônias” que apresenta o programa, embora seja considerado por alguns como a personificação do ditador Grande Irmão, está mais para a versão mercantilizada de O’Brien. Este, na ficção, é alto membro do Partido Interno, e responsável por introduzir Winston às esferas da Fraternidade, cujo objetivo era derrubar o Partido. Após a captura do personagem principal, entretanto, seu tutor transforma-se em algoz na sala de tortura. Já aquele, é o responsável por dar movimento ao programa, conduzindo os participantes durante as provas, fazendo comentários maliciosos sobre eventos ocorridos entre os jogadores, apresentando as eliminações, ou simplesmente “jogando conversa fora”. Assim, tanto este

quanto aquele, são a conexão entre os dois mundos: Partido e Fraternidade; vida real e *reality show*.

A função de Grande Irmão resta a Boninho: figura onisciente que nunca é vista, tem o controle sobre a entrada e saída de jogadores, suas atividades, mordomias, temas que podem ser discutidos, e o principal: a seleção de cenas que devem ser exibidos às grandes massas, favorecendo determinados interesses da emissora.

Para Umberto Eco, estes interesses têm um motivo:

Os *mass media*, colocados dentro de um circuito comercial, estão sujeitos à "lei da oferta e da procura". Dão ao público, portanto, somente o que ele quer, ou, o que é pior, seguindo as leis de uma economia baseada no consumo e sustentada pela ação persuasiva da publicidade, sugerem ao público o que este deve desejar. (ECO, 1998, p. 40-41)

Com o *merchandising* de grandes anunciantes, os jogadores são feitos de marionetes em favor das marcas, alienando, mais uma vez, sua Liberdade. Em uma clara aplicação do dito popular "pagando bem, que mal tem?", mesmo os participantes que não chegam nem à disputa final pelo prêmio máximo, podem ganhar – mediante o aluguel de sua disposição física, intelectual e moral durante as provas semanais – prêmios como carros e eletrodomésticos.

Na época de Homero, a humanidade oferecia-se em espetáculo aos deuses olímpicos; agora, ela se transforma em espetáculo para si mesma. Sua auto-alienação atingiu o ponto que lhe permite viver sua própria destruição como um prazer estético de primeira ordem. (BENJAMIN, 1994, p.196)

Ao sair do programa, vencedores ou não, os participantes são automaticamente rotulados como "ex-BBB", e têm início sua rotina de estrela-cadente. "Não há nada tão transitório como o entretenimento e a beleza física, e os ídolos que os simbolizam são igualmente efêmeros" (KLIMA apud BAUMAN, 2003, p.65). Estas celebridades instantâneas lutam para manter a fama conquistada nos três meses de exibição que lhes foi dado em rede nacional: aparecem em eventos de natureza sortida, podendo ir de aniversários infantis a estréias de peças teatrais.

Embora os homens não tenham apresentado um padrão de atividades pós-BBB, em geral as mulheres seguem um caminho quase natural: posam para revistas masculinas, e iniciam sua carreira "artística" como figurantes em

programas de humor com qualidade duvidosa, podendo, em raras exceções, estender-se às novelas.

Nada mais justo para os telespectadores, que após tamanha artilharia de desinformação, lhes seja dado a paz intelectual, enterrando os símbolos deste infâmio mercado de futilidades televisionadas em um lugar de onde nunca deveriam ter saído: o anonimato.

O programa, embora os sérios problemas citados aqui, está atualmente em sua nona versão, e não mostra sinais de que seja a última. A exibição televisiva de personagens e hábitos que os produtores pretendem que seja a predominante brasileira, entretém uma população que em 2000, era formada por um quarto de analfabetos funcionais – índice, este, que lhe garantiu o título de “país de não-leitores” pelo jornal americano The Economist. Em um país com índice de leitura tão baixo, é pífia a porcentagem que assiste ao Big Brother e conheceu sua obra inspiradora.

Assim, seus produtores ganharam: esvaziaram uma obra de arte crítica e contestadora para gerar entretenimento aliviador de tensões, com grande retorno para o Capital. Os consumidores – e a sociedade de uma forma geral – perderam: receberam um produto espelhado na realidade já conhecida, livre de qualquer caráter contestador, e sem a possibilidade de projeção para um futuro melhor (CHAUI, 2006, p.28). Ganha quem produz, perde quem consome.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodor W. - A indústria Cultural, in COHN, Gabriel, **Comunicação e Indústria Cultural**, 5ª. ed., São Paulo: T.A. Queiroz Editor, 1987.

ADORNO, Theodor W. / HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento: Fragmentos Filosóficos**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade: a busca por segurança no mundo atual**. Tradução de P. Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica (primeira versão) in **Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras Escolhidas, volume II**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

CHAUÍ, Marilena. **Simulacro e poder, uma análise da mídia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1998.

FREITAG, Bárbara. **A Teoria Crítica Ontem e Hoje**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

MARCUSE, Herbert. A arte na sociedade unidimensional, in ADORNO, Theodor W. (et al.). **Teoria da Cultura de Massa**. Introdução, Comentários e Seleção de Luiz Costa Lima. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

ORWELL, G. **1984**. Tradução de Wilson Velloso, 29ª. ed. São Paulo: Ed. Nacional, 2005.

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

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

REFERÊNCIAS DIGITAIS

ECONOMIST, The. **Brazil's disregard for books**, 2006. Disponível em:
<http://www.economist.com/displayStory.cfm?Story_ID=E1_VGPGPGJ>.

Acesso em: 13 jun. 2009.

ÉPOCA, Revista. **Curiosidade real**, 2002. Disponível em:
<<http://epoca.globo.com/edic/20020318/entrevista.htm>>. Acesso em: 13 jun.

2009.