

Big Brother Brasil 21: Análise da interação do público sob a ótica da Teoria Culturológica¹

Taíla Lopes Quadros²

Resumo: O artigo realiza a análise de pontos de destaque da vigésima primeira edição do programa de televisão aberta Big Brother Brasil, transmitido pela Rede Globo de Televisão, no ano de 2021, sob a visão da Teoria Culturológica apresentada em 1962 pelo autor Edgar Morin, sob a análise e apresentação de Wolf. Os pontos analisados visam compreender como algumas dinâmicas realizadas durante o programa foram ajustadas a partir de comentários e sugestões do público expressadas, principalmente por meio das redes sociais, com foco no acompanhamento de comentários dos sites Twitter e Instagram, relacionando as questões com a pesquisa bibliográfica.

Palavras-chave: Comunicação de massa. Reality show. BBB. Big Brother Brasil. Teoria Culturológica.

1 Introdução

A interação do público com os programas de televisão é algo que está cada vez mais comum, principalmente quando se fala de televisão aberta e de como as emissoras precisam estar atentas às mudanças de comportamento e às formas de comunicação da audiência.

Com as redes sociais consolidadas como forma de interação entre pessoas e entre pessoas e empresas, as emissoras de televisão estão reinventando a forma de se comunicar com seu público, passando do modelo de comunicação de mão única, para uma relação de mão dupla, onde a televisão deixa de ser apenas um emissor onipotente frente aos desejos da audiência e passa a receber *feedbacks* e opiniões sobre o que foi dito no ar, questionamentos das escolhas e sobre o rumo dos programas, muitas vezes comunicando-se diretamente com os apresentadores, considerados os porta-vozes das mensagens. Seja elogiando a postura, seja cobrando posicionamentos, a voz do público está cada vez mais difícil de ser ignorada.

Sabe-se que, desde o tempo da programação sem nenhuma interatividade virtual, o público expressa a sua opinião sobre o que está vendo e muitos buscam formas de serem ouvidos para expressar seu gosto ou desgosto pelo que está sendo exibido. Alguns

¹ Artigo apresentado ao Grupo de Trabalho Narrativas contemporâneas nas mídias do XVI Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, realizado pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, Universidade de Sorocaba – Uniso – Sorocaba, SP, 26 setembro de 2022.

²Mestranda do Curso de Comunicação do PPGCOM-PUCRS, taila.quadros@edu.pucrs.br.

programas como o Você Decide, exibido pela Rede Globo de Televisão entre os anos de 1992 e 2000, de acordo com o site Teledramaturgia, onde o público podia escolher o final da história que estava sendo apresentada por meio de uma ligação telefônica, é um exemplo de interatividade.

A opinião do público também é levada em consideração quando se fala das produções audiovisuais, mais especificamente das novelas, onde a trama poderia passar por ajustes de acordo com o retorno do público sobre o andar da obra. Esse retorno também já foi feito de forma considerada mais analógica, com ligações telefônicas, cartas e pesquisas de opinião.

As redes sociais chegaram para tirar a formalidade e facilitar os acessos aos nomes-chave das produções e também para fazer o monitoramento das menções à empresa ou às pessoas envolvidas, o que torna possível conhecer a opinião geral da audiência, inclusive daquelas pessoas que se valem dos seus perfis para fazer desabafos sem desejar conversar diretamente com os produtores. O público conversa entre si nas redes, em grupos, em perfis de notícias ou fofocas. Muitos são os lugares disponíveis para o público expressar seus desejos e opiniões a respeito da programação exibida.

Em virtude de tantas oportunidades e espaços para expressar as opiniões, tem-se visto alguns exemplos de como essas opiniões acabam interferindo nas decisões e rumos de alguns acontecimentos. Este artigo visa analisar a possível influência das opiniões e sugestões do público em algumas ações e dinâmicas da vigésima primeira edição do programa de televisão Big Brother Brasil, transmitido pela Rede Globo no período de 25 de janeiro a 04 de maio sob a ótica da Teoria Culturológica apresentada por Morin e abordada por Wolf (1999), que fala sobre o papel de via de mão dupla que pode acontecer entre a comunicação de massa e o seu público, onde a mídia interfere no que o público vive e o público influencia o que será construído pela mídia. Serão analisados três exemplos de acontecimentos dentro do *reality show*, suas repercussões com o público e as ações tomadas dentro do programa a partir das reações da audiência.

2 Teoria Culturológica

De acordo com Wolf (1999), a Teoria Culturológica tem como característica fundamental o estudo da cultura de massa, diferenciando os elementos antropológicos mais importantes e fazendo relação entre o consumidor e seu objeto de consumo. A citada

teoria não tem tanto foco sobre os meios de comunicação de massa e si, tendo como objeto de análise a “definição da nova forma de cultura da sociedade contemporânea” (WOLF, 1999, p. 43).

O autor que iniciou as publicações sobre essa corrente foi sociólogo, antropólogo, filósofo e historiador francês Edgar Morin em 1962 com sua publicação sobre a Indústria Cultural.

A diferença entre a Teoria Culturológica e as outras Teorias da Comunicação já apresentadas e debatidas pelos estudiosos é que não se pode reduzir os estudos sobre os meios de comunicação em massa. Para Morin (1960 apud WOLF, 1999, p. 43) é preciso aprofundar todos os setores que fazem parte da cultura de massa abrangendo os aspectos culturais, de história e civilização.

Morin (1962, apud WOLF, 1999, p. 43) propõe apoiar os estudos também em pesquisas empíricas com a vivência, prática e experiências dos pesquisadores. A cultura de massa é definida por Wolf (1999) como um sistema composto por símbolos, valores, imagens e também mitos relacionados à prática e ao imaginário das pessoas. Mas enfatiza que esse não é o único sistema cultural da sociedade atual. Estamos inseridos em um contexto onde existem diversas realidades culturais, chamadas de policulturais, onde a cultura de massa assume diferentes papéis, tomando o controle, censurando, incluído e também corrompendo e desagregando outras culturas.

A cultura de massa não é autônoma no sentido absoluto do termo, pode embeber-se de cultura nacional, religiosa ou humanística e, por sua vez, penetrar na cultura nacional, religiosa ou humanística. Não é a única cultura do séc. XX, mas é a corrente verdadeiramente de massa e verdadeiramente nova do séc. XX (MORIN, 1962, apud WOLF, 1999, p. 43).

Wolf (1999) destaca que na cultura de massa, no ocidente é característico da cultura industrial que abrange outros sistemas de organização de estado. O objeto de estudo está fortemente ligado à sua origem de produto industrial e ao ritmo que é consumida no dia a dia. Sobre a questão do vínculo com a produção, que é burocrático e técnico, algumas consequências são elencadas que originam tendências antagônicas em níveis diferentes no processo de comunicação e cultura de massa. O autor cita em primeiro lugar, a diferença entre a exigência de produção e as técnicas de padronização com o perfil de individualização e inovação do consumo cultural. A estrutura do imaginário

permite essa contradição onde temos arquétipos e estereótipos reduzidos, mas não é possível inibir a criação, pois até para a criação de padrões é preciso originalidade.

Wolf (1999) destaca também que essa característica de oposição impõe que seja determinado um fator comum, que seja encontrado um ponto de qualidade média que possa ser apresentado para o espectador médio. A tendência é buscar uma homogeneidade entre os diferentes conteúdos para chegar a um denominador comum.

Um ponto determinante para a cultura de massa ser efetiva, do ponto de vista da Teoria Culturológica para Wolf (1999) é a adequação ao que se deseja alcançar e as necessidades do público. “Segundo Morin, a cultura de massa encontra o seu terreno ideal onde o desenvolvimento industrial e técnico cria novas condições de vida que desagregam as culturas anteriores e fazem emergir novas necessidades individuais.” (WOLF, 1999, p.44).

Wolf (1999) cita que, na cultura de massa, consumir acaba tendo dois sentidos o autoconsumo da vida individual e a autorrealização, onde as transformações sociais são uma forma de incrementar as necessidades de consumo atuais. Segundo o autor, a cultura de massa:

por um lado, aponta o caminho que, necessariamente, toda a sociedade de consumo seguirá, mas, por outro, é vulnerável a todos os movimentos coletivos que são portadores de exigências metaindividuais e espirituais (WOLF, 1999, p.44).

Analisando os conceitos trabalhados por Morin, Wolf (1999, p.45) defende que a cultura de massa pode oferecer de forma irreal o que as pessoas não têm acesso na vida real, fazendo com que as pessoas transformem parte da sua vida em uma projeção. Ela traz para si que já está adaptado e as pessoas consideradas adaptáveis, o que pode enfraquecer instituições como família e classe social, transformando os indivíduos em um aglomerado a serviço da máquina social.

Para Silva (2001), no pensamento culturológico de Morin “estaria menos em foco à mídia e o destinatário e mais um novo imaginário cultural.” O que a sociedade criar através do que vê na mídia, sendo motor e movida por uma “sociedade da imagem”. O autor defende que Morin traz variáveis antagônicas, mas que se complementam ao relativizar o papel da mídia de massa em uma sociedade que possui muitos elementos para a sua composição. Onde a mídia tem grande força de estímulo, alimentando o

imaginário do público e, ao mesmo tempo, sendo alimentada pelos elementos que a sociedade oferece.

Ainda de acordo com a análise de Silva (2001), na concepção de Morin, a mídia é um elemento parte de um contexto na construção da sociedade, não possuindo o poder de definir tudo. Existem, assim, diferentes níveis relacionados à emissão, recepção e interlocução na comunicação, sendo essas críticas, vazias ou criativas. Todos possuem algum poder de intervenção, mesmo com as possibilidades desiguais de interlocução. Trazendo assim a reflexão de que nem todo o poder de persuasão e convencimento vem apenas da mídia, existindo uma troca complexa, fugindo de categorias binárias e com elementos de resistência e brecha, conformismo e anticonformismo, conclui Silva (2001).

3 O Big Brother Brasil

O Big Brother Brasil, amplamente conhecido pelo público como BBB, é um reality show de confinamento com formato originado do programa Big Brother com origem na Holanda (Folha UOL, 2021). O programa é exibido desde o ano de 2002, onde os participantes participam de provas que exigem diferentes habilidades como resistência, agilidade e memória, além da pressão psicológica do confinamento, sem acesso a informações do mundo exterior e com eliminações com a votação do público.

Na sua vigésima edição, realizada no ano de 2020, personalidades famosas foram convidadas para fazer parte do elenco. No mesmo ano também, a atração entrou para o Livro dos Recordes como o programa de televisão que recebeu a maior quantidade de votos do público, com mais de 1,5 bilhão (Folha UOL, 2021).

De acordo com descrição do site Memória Globo, o programa funciona da seguinte maneira:

A cada semana, um concorrente é eliminado, e o grande vencedor recebe um prêmio. Na primeira edição, o valor foi de R\$ 500 mil para o ganhador. A bolada aumentou primeiro para R\$ 1 milhão e, em 2019, chegou a R\$ 1,5 milhão.

O programa dura de dois a três meses, vai ao ar no verão e é exibido diariamente. Domingo é dia de formação do paredão, e, nas terças-feiras, um emparedado é eliminado pelo voto do público. Milhões de telespectadores de todos os cantos do país acompanham o dia a dia dos participantes, discutindo suas atitudes dentro da casa e envolvendo-se em seus problemas. (GLOBO, 2021)

3.1 A 21ª edição do Big Brother Brasil

A vigésima primeira edição do Big Brother Brasil foi anunciada como a maior de todas, sendo apresentada com o slogan “O Big dos Bigs” tendo 100 dias previstos para a sua duração.

De acordo com reportagem do site Estadão (2021), os 20 participantes, sendo 10 homens e 10 mulheres, foram divididos entre dois grupos Pipoca, composto por participantes anônimos que passaram por um processo de seleção, e Camarote, grupo de famosos convidados para fazer parte do elenco. Como novidades para a edição do ano de 2021, foi criado o Podcast do Líder, um programa de áudio gravado pelo líder da semana na casa e disponibilizado para o público no site Gshow. Foi criado também o Flecha, uma espécie de aplicativo de relacionamento onde os participantes podem demonstrar interesse uns pelos outros.

Algumas das dinâmicas presentes nas edições passadas e que seguem na edição 2021 são: provas pela liderança, onde um participante não pode ser candidato à eliminação e indica uma pessoa para voto popular, possuindo diversas regalias no período de uma semana; prova do anjo, que garante prêmios e o poder de imunizar uma pessoa na indicação de quem vai para voto popular; Big Phone, onde um telefone dentro da casa pode tocar a qualquer momento com vantagens, tarefas ou possibilidade de dificultar o jogo dos participantes, podendo ser atendido pelo primeiro que chegar ao aparelho; prova Bate e Volta, toda a semana três pessoas são indicadas para o público escolher quem será eliminado do jogo, porém, durante as dinâmicas da semana, quatro pessoas são indicadas e jogam para uma tentar sair da votação do público; e o Jogo da Discórdia, dinâmica onde os participantes são instigados a discutir suas relações dentro da casa, geralmente causando muitas desavenças entre eles.

A reportagem da Folha (2021) destaca a maior diversidade entre os participantes nesta edição em relação às anteriores e o impacto das questões debatidas pelos participantes como racismo, homofobia e xenofobia.

4 Análise da interação do público

4.1 A Volta do *Dummy*

A dinâmica de Paredão Falso consiste em fazer uma votação que, para os participantes do programa é como qualquer outra, contudo o público escolhe uma pessoa

para ficar um breve período fora da casa assistindo aos seus colegas de confinamento, ganhando vantagens no jogo para retornar na sequência. Cada participante pode usar as informações que viu da forma como bem entender. Como essa dinâmica não ocorre em todas as edições, os participantes não têm como saber quando ou se vai acontecer.

O retorno para a casa tende a ser um momento épico dentro da edição do programa, pois geralmente uma pessoa querida pelo público ou que esteve envolvida em discussões polêmicas é eliminada e os demais participantes acabam falando muitas coisas a respeito de quem saiu. Na edição de 2021, a suposta eliminada foi a atriz Carla Diaz, convidada pertencente ao grupo de famosos, o Camarote. O público a escolheu dentre os quatro participantes disponíveis para a votação devido ao fato de ela estar envolvida em um relacionamento com outro participante da casa que não era querido da audiência pelas suas atitudes de descaso e falta de apoio à atriz. O objetivo da eliminação por parte dos fãs era para que ela pudesse ver o rapaz chamado Arthur Picoli, participante do grupo de anônimos Pipoca, falando mal dela e tendo atitudes de desrespeito, coisas que Carla não via dentro da casa.

Após um período de em torno de um dia e meio em um quarto especial, onde pode assistir às diversas câmeras da casa e ouvir 12 horas de conversas, a atriz retornou para a casa vestida de *Dummy*, nome pelo qual são chamados os ajudantes do programa que precisam entrar na casa para realizar alguma tarefa técnica que usam fantasias para não serem identificados pelos participantes. A ideia do retorno, conforme fala do apresentador do reality no dia 11 de março de 2021, veio dos comentários e sugestões do público.

Tem vários jeitos de você voltar de um paredão falso, não tem jeito errado. Tem gente que entra gritando, gente que já entre indicando alguém pro paredão. Tudo isso é legal. O dela foi diferente. Tinha uma ideia na internet que ela voltasse, e falaram “ah porque ela não volta de *Dummy* na hora da prova do líder?” Não vai dar, vocês vão ver que na prova do líder não dá, atrapalha a gente, vai ficar aquela bagunça toda, mas a ideia do *Dummy* não é ruim. Então a gente mandou para ela uma caixinha e ela foi muito criativa, ela foi brilhante (LEIFERT, 2021).

O perfil @ginaindelicada, conta que comenta notícias de famosos e programas de televisão como forma de conteúdo de entretenimento, publicou na rede social Instagram, no dia 10 de março, a sugestão e teve, até o dia 12 de abril de 2021, 773.559 curtidas do público e mais de 58,7 mil comentários.

Nos comentários da publicação pode-se observar comentários de aprovação do público da ideia divulgada e o pedido para que o diretor do programa, José Bonifácio

Figura 02 - Publicação no perfil @jbboninho



Fonte: Instagram @jbboninho (2021)

Ainda no dia 10 de março, uma nova publicação no perfil @ginaindelicada comentou que o perfil de @jbboninho estava ponderando sobre a ideia, dando a entender que os pedidos do público poderiam ser atendidos.

4.2 Comentários sobre pandemia

Um reality show é um programa onde muitas coisas podem acontecer, sejam elas boas ou ruins. A participante Sarah Andrade, do grupo Pipoca, foi, por algumas semanas, muito querida pelo público, sendo cogitada para estar entre os três finalistas, devido ao seu posicionamento empático ao colega Lucas Penteado, ator, que estava sofrendo fortes ataques de diversos participantes por suas atitudes, ataques esse classificado pelo público como tortura psicológica e que culminaram na desistência do mesmo no programa antes do término da segunda semana de atração.

Ao ser questionada durante a exibição do programa ao vivo exibido no dia 02 de fevereiro de 2021, Sarah criticou os colegas pela agressividade com que estavam tratando Lucas mesmo depois de ele ter se desculpado pelas suas atitudes, o que a salvou da eliminação na primeira semana do programa que estava com votação aberta e fez com

que ganhasse o carinho das pessoas pelo seu entendimento da situação, tendo sido a segunda participante da edição 2021 com menor taxa de rejeição popular, 0,37% dos votos, ficando atrás apenas do participante Gilberto José Nogueira Junior que teve 0,29% de rejeição em outro “paredão”.

Contudo, uma série de comentários feitos pela participante a respeito da pandemia de Covid19 fez com que o público exigisse um posicionamento da emissora a respeito.

Em uma festa no programa exibido no dia 17 de março de 2021, Sarah contou para o participante Arthur sobre suas atitudes durante o processo seletivo para a participação no Big Brother Brasil: “Quando fiz a entrevista, eles falaram para mim: ‘A pandemia não existe para você? Eu disse: ‘Uai, eu não ‘tô’ sentindo é nada’”. (ANDRADE, 2021). Em outro momento, conversando com os colegas, no dia 23 de março, sobre as festas de fim de ano, Sara diz: “Eu fui para Réveillon esse ano, uma frescura da porra. Toda hora chegava polícia, falando para ficar nas mesas, esse negócio de distanciamento, tinha que fazer teste antes.” (ANDRADE, 2021).

Mesmo as cenas não tendo sido exibidas na edição do programa e estando disponíveis apenas para o público assinante do modo *pay-per-view*, houve repercussão da audiência. Como nos exemplos a seguir, coletado da rede social Twitter: “O BBB precisa se posicionar urgente sobre essas falas da Sarah. Estamos vivendo recorde de mortes e ela falando tranquilamente que foi em festa de réveillon na pandemia. É um desrespeito gigante!” (IAMAMURA, 2021). Outro comentário que apresenta a questão, diz: “Cara, na boa que a Globo tinha como obrigação mostrar a fala da Sarah sobre a festa de ano novo e deixar claro que obedecer protocolos de segurança não é “frescura” e as consequências das festas inofensivas de réveillon” (ROCHADEL, 2021).

E, para complementar, um usuário apresenta uma sugestão para o programa:

A Globo tinha que dar uma chamada no Ao Vivo sem mencionar a participante, mas deixar claro algumas coisas, e mostrar que estamos no pior momento da pandemia. Se ela não tem vergonha na cara, que tenha pelo menos medo da opinião pública (BASCULHO, 2021).

No programa exibido no dia 23 de março, o apresentador fez uma intervenção quebrando o protocolo do jogo, trazendo informações externas ao falar de forma breve sobre a situação da pandemia no país. Tiago Leifert informa que os familiares de todos estão bem e que, caso aconteça alguma coisa, os participantes serão avisados. O

apresentador então informa que a pandemia piorou depois do início do programa e que em muitas cidades as regras sobre a quarentena estão mais rígidas. Reitera a importância dos cuidados de higienização das mãos, limpeza com álcool e distanciamento social. Ao final da sua fala, Leifert, reforça ao elenco do programa que eles são também um exemplo para o público que assiste ao programa: “Mas não esqueçam de se cuidar também, até para dar um exemplo legal para as milhões de pessoas que estão assistindo a gente, tá bom?” (LEIFERT, 2021).

Após o comunicado, já falando diretamente para os telespectadores Leifert comenta: “Eles precisam saber, né. Tinha algumas pessoas lá dentro com a impressão de que estava tudo bem já, de que estava melhorando, estavam até fazendo algumas brincadeiras. Então agora a gente já deixou claro para eles que tem muita gente sim, ainda doente.” (LEIFERT, 2021). Entendeu-se, a partir dessa fala, por parte do público, que os comentários do apresentador para os participantes foram direcionados principalmente para Sarah, visto que o aviso foi dado após a repercussão negativa de suas falas em diferentes momentos, além de fazer brincadeiras e comentar a sua falta de preocupação com a situação da pandemia no país.

Comentários com tom que não ressalta cuidados em um momento de pandemia e ainda desagradado com as formas de prevenção, aliados a algumas falas relacionadas à política e às desavenças com a participante Juliette Freire, antes amiga de Sarah e favorita do público ao prêmio de 1,5 milhão de reais, culminaram na sua eliminação do programa após votação popular.

4.3 O cabelo do monstro

O debate sobre representatividade racial e racismo também esteve presente na edição analisada. Dentre os vinte participantes, oito são não-brancos, sendo essa a edição com maior representatividade racial até o momento. Em decorrência disso, algumas questões foram levantadas dentro da casa e pelo público.

Uma situação que teve muita repercussão e culminou em uma nova interferência do apresentador devido à reação negativa do público, foi o caso envolvendo uma brincadeira feita pelo participante Rodolfo Matthaus da Silva Rios, cantor sertanejo da dupla Israel e Rodolfo, participante do grupo Camarote. A brincadeira foi sobre o cabelo de João Luiz Pedrosa, professor, participante do grupo Pipoca. João é negro e possui

cabelo crespo, em uma das dinâmicas do programa, realizada no dia 03 de abril, sábado, Rodolfo teve que se vestir de homem das cavernas como um castigo. Ao ver a peruca desgrenhada e com ossos pendurados, o cantor comentou que se parecia com o cabelo de João: “Nós tá (sic) com o cabelo quase igual ao do João” (RIOS, 2021). A comparação causou desconforto no participante que disse em tom ameno que não parecia, mas houve insistência do cantor e João calou-se.

Após o ocorrido, João contou a situação para Camilla de Lucas, mulher negra, influenciadora digital, participante do grupo Camarote. Ambos conversaram sobre o ocorrido e Camilla prestou solidariedade ao colega. Na Dinâmica Jogo da Discórdia, realizada no dia 05 de abril de 2021, segunda-feira, ao ter que apontar o melhor jogador, o pior jogador e o participante que faria jogo sujo, João indicou Rodolfo como “jogo sujo”, citando o ocorrido que não era de conhecimento dos outros participantes:

Muita gente aqui pode não saber, mas no sábado aconteceu uma situação lá no quarto cordel... Pra mim, é um momento de muita coragem falar isso agora. O Rodolfo chegou a fazer uma piada, comparando a peruca do monstro de pré-história com o meu cabelo. Tocou num ponto muito específico, porque o jogo pode ser, sim, de coisas que a gente vive aqui dentro, mas também tem que se um jogo de respeito (PEDROSA, 2021).

Após o ocorrido, Rodolfo tentou justificar a sua fala, comentando que tinha achado o cabelo de João parecido mesmo e que não tinha feito por mal. A situação gerou diversos comentários dos outros participantes sobre a situação até Rodolfo se desculpar a pedido dos colegas.

Nas redes sociais, o público ficou dividido entre defender o participante João e defender Rodolfo, pois não teria feito o comentário por maldade. Situação citada também pelo apresentador “eu sei que nesse momento eu devo estar sendo trucidado na internet, porque chega um momento aqui que ou você bota fogo no Rodolfo ou você acha o João mimimi vitimista e eu não consigo ser uma coisa e nem outra” (LEIFERT, 2021). Independente das reações, muitas pessoas comentaram o ocorrido.

Alguns usuários do Twitter defenderam o participante Rodolfo com os seguintes comentários

Eu sinceramente acho o João um tremendo hipócrita, não foi desse jeito que o Rodolfo falou, o Rodolfo falou parecendo já ele aumenta para

igualzinho, ele não questionou a fala da Juliette, o problema dele com o Rodolfo é pessoal e desde da primeira semana (MARIA, 2021).

Também achei uma hipocrisia gigante. Oportunista nato! Rodolfo reclama do próprio cabelo, vive de boné por achá-lo feio, reclamou ao vivo com Thiago ao tirar a peruca do monstro e o João faz VTzinho. Terei que ter muita paciência para continuar assistindo ao BBB21 (MACEDO, 2021).

Outros internautas se posicionaram a favor do participante João, mostrando os problemas da colocação feita:

O problema é o Rodolfo falar que o cabelo dos homens das cavernas parecia o cabelo do João. Isso é racismo. E o problema também é a produção colocar uma peruca estilo black como representação do que seria o cabelo dos homens das cavernas. Isso também é racismo (HOLANDA, 2021).

João ficou machucado com a “piada” do Rodolfo sobre o seu cabelo, o que dói mais é que se ele for reativo é categorizado de “Lumena”, se for didático vão chamar de “mimimi” e por ter se ofendido vai ser acusado de vitimista, enquanto Rodolfo tá eternamente “se desconstruído” (ALEXANDRE, 2021).

Aí vocês escolheram deixar na casa um cara que agora fez piada com cabelo crespo. 2021 e a gente precisa desenhar pra marmanjo criado e rico que o Black Power, o cabelo crespo não é a mesma coisa q uma peruca suja bagunçada. Respeita nosso cabelo. João ficou mal” (NEFERTARI, 2021).

No dia seguinte, 06 de abril, terça-feira, Tiago Leifert informou ao público que falaria com os participantes sobre a situação. Em sua fala, destaca-se a explicação sobre como a comparação com o cabelo vai mais além de uma constatação sobre um penteado:

historicamente, o cabelo do João foi associado a uma coisa errada, uma coisa suja, uma coisa feia. [...] É por isso que, quando a gente faz um comentário sobre o cabelo do João, a gente não tá falando de penteado, que foi isso que você achou que estava fazendo. [...] Você tá falando de um símbolo. Você tá falando do que o João é, do que o João sente, do que o João viveu na pele dele, da história do João, da ancestralidade do João. [...] E a dor que o João sentiu não discerne de um comentário ingênuo e um comentário maldoso, a dor é igual. O sem querer e o de propósito, naquele caso, doem do mesmo jeito. É por isso que nós, brancos, precisamos nos informar (LEIFERT, 2021).

No dia 08 de abril o perfil do programa Big Brother no Instagram @bbb publicou um vídeo com influenciadores e artistas negros da emissora Globo falando sobre a importância da discussão trazida para o programa. A publicação teve 435.478 visualizações até o dia 13 de abril de 2021.

5 Considerações finais

Percebe-se através do olhar sob as lentes da Teoria Culturológica apresentada por Morin e analisada na obra de Wolf (1999), que o programa Big Brother Brasil na sua vigésima primeira edição segue os preceitos que configuram a comunicação e a cultura de massa onde o público consegue projetar parte dos seus anseios e desejos, colocando-se no lugar dos participantes do *reality show*, que é metade do elenco pessoas anônimas, o que facilita a identificação da audiência e o envolvimento pelas narrativas apresentadas.

O poder conferido ao público de decidir a permanência na casa a cada semana e escolher entre os jogadores da final qual será o vencedor possibilita a projeção de controle e satisfação da massa em ser um fator de decisão colocando-os a serviço da máquina social de acordo com a teoria.

A adaptação do programa de acordo com o desejo do público, observando as opiniões e sugestões levantadas nos meios de comunicação, mais especificamente nas redes sociais, traz a questão levantada pela Teoria Culturológica levantada por Morin, adaptada para os meios digitais, onde a repercussão e sugestões do público com o que é apresentado pela mídia, trazendo um ponto que pode ser relevante ao pensar sobre a apatia do público frente ao que é passado pelos veículos de comunicação.

Aliando as publicações de sugestões e pedidos do público, o post com tom de questionamento sobre a aprovação do público sobre a ideia e o comentário do apresentador do programa sobre a ideia da audiência, pode-se observar como, em alguns momentos é possível haver uma abertura para a participação e interferência do público no que a mídia exhibe.

Em relação às respostas dadas ao público e mensagens passadas percebe-se que os temas foram trazidos pelo apresentador após a repercussão dos telespectadores. Nos casos sobre os comentários de Sarah sobre a pandemia e de Rodolfo sobre o cabelo de João, pode-se observar que as falas do apresentador não foram feitas durante o programa e nem foram recebidos avisos nas telas existentes na casa ou avisos sonoros, como

costuma acontecer quando os jogadores estão falando sobre assuntos que a produção do programa não permite, como o processo de seleção para entrar na casa ou outras emissoras de televisão. As censuras e conselhos foram feitos após a reclamação da audiência, assim como a sugestão de retorno da participante Carla Diaz foi citada que teve origem com os comentários dos fãs do programa. Isso levanta a questão de Morin sobre a Teoria Culturológica onde a mídia interfere no público e o público interfere na mídia.

Entende-se que, com o maior acesso à internet e redes sociais onde as pessoas podem expressar livremente suas opiniões e serem ouvidos pelos veículos de comunicação, estes estão cada vez mais atentos aos gostos e opiniões do público em relação ao que está sendo apresentado na programação. Mesmo, como nos exemplos apresentados, em interferências que podem ser consideradas sutis, pode-se notar uma mudança no comportamento dos participantes do *reality show* o que pode acarretar em desfechos diferentes do que seria sem ouvir a reação do público que, no final das contas, é o público-alvo das produções e sua satisfação de uma forma geral com o programa é fator essencial para o seu sucesso.

Referências

ALEXANDRE. [**Comentário sobre João**]. 03 abr. 2021. Twitter: @Iexandre. Disponível em: <https://twitter.com/Iexandre/status/1378453583176339456> . Acesso em: 13 abr. 2021.

ANDRADE, Sarah. [**Sarah fala sobre o processo seletivo**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 17 de março de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/03/17/videos-do-episodio-de-bbb-de-quarta-feira-17-de-marco-de-2021.ghtml> . Acesso em: 13 abr. de 2021.

ANDRADE, Sarah. [**Sarah fala sobre o Reveillon**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 23 de março de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/03/23/videos-do-episodio-de-bbb-de-terca-feira-23-de-marco-de-2021.ghtml> . Acesso em: 13 abr. de 2021.

BASCULHO. [**Comentário sobre Sarah**]. 23 mar. 2021. Twitter: @Soumaraka. Disponível em: <https://twitter.com/Soumaraka/status/1374478965226631168> . Acesso em: 13 abr. 2021.

BONINHO. [**Volta do Dummy**]. 10 mar. 2021. Instagram: @jboninho. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CMQxWofJwMY/> . Acesso em: 13 abr. 2021.

BRASIL, Big Brother. **Recado Importante**. 07 abr. 2021. Instagram: @bbb. Disponível em: https://www.instagram.com/tv/CNX_AyfHF7Z/ . Acesso em: 13 abr. 2021.

GLOBO, Memória. **Big Brother Brasil**. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/reality-shows/big-brother-brasil/> . Acesso em 31 de mar. de 2021.

HOLANDA, Lana de. [**Comentário sobre João**]. 03 abr. 2021. Twitter: @lanadeholanda. Disponível em: <https://twitter.com/lanadeholanda/status/1378458657176887300> . Acesso em: 13 abr. 2021.

IMAMURA, Fernanda. [**Comentário sobre Sarah**]. 23 mar. 2021. Twitter: @fernandaimamura. Disponível em: <https://twitter.com/fernandaimamura/status/1374477852083511298> . Acesso em: 13 abr. 2021.

INDELICADA, Gina. [**Comentário sobre post @jbboninho Volta do Dummy**]. 10 mar. 2021. Instagram: @ginaindelicada. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CMQyb-egADQ/> . Acesso em: 29 abr. 2021.

INDELICADA, Gina. [**Sugestão Volta do Dummy**]. 10 mar. 2021. Instagram: @ginaindelicada. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CMFYVKOAOKw/> . Acesso em: 13 abr. 2021.

LEIFERT, Tiago. [**Apresentador fala sobre a pandemia de Covid19**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 23 de março de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/03/23/videos-do-episodio-de-bbb-de-terca-feira-23-de-marco-de-2021.ghtml> . Acesso em: 10 abr. de 2021.

LEIFERT, Tiago. [**Apresentador fala sobre o cabelo de João**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 06 de abril de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/04/06/videos-do-episodio-de-bbb-de-terca-feira-06-de-abril-de-2021.ghtml> . Acesso em: 13 abr. de 2021.

LEIFERT, Tiago. [**Jogo da discórdia**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 05 de abril de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/04/05/videos-do-episodio-de-bbb-de-segunda-feira-05-de-abril-de-2021.ghtml> . Acesso em: 13 abr. de 2021.

LEIFERT, Tiago. [**Rodolfo fala sobre cabelo de João**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 03 de abril de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em

<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/04/03/videos-do-episodio-de-bbb-de-sabado-03-de-abril-de-2021.ghtml> . Acesso em: 13 abr. de 2021.

LEIFERT, Tiago. [**Volta de Carla Diaz**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 11 de março de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9342264/programa/?s=0s> . Acesso em: 10 abr. de 2021.

MACEDO, Rômulo. [**Comentário sobre João**]. 05 abr. 2021. Twitter: @romulo_macedo19. Disponível em: https://twitter.com/%20romulo_macedo19 . Acesso em: 13 abr. 2021.

MARIA. [**Comentário sobre João**]. 05 abr. 2021. Twitter: @eu_maria8. Disponível em: https://twitter.com/eu_maria8 . Acesso em: 13 abr. 2021.

MARQUES, Junior. [**Comentário sobre João**]. 05 abr. 2021. Twitter: @djuniormarques. Disponível em: <https://twitter.com/djuniormarques/status/1379141247395373057> . Acesso em: 29 abr. 2021.

NEFERTARI, Tati. [**Comentário sobre João**]. 03 abr. 2021. Twitter: @TatiNefertari. Disponível em: <https://twitter.com/TatiNefertari/status/1378452990479241224> . Acesso em: 13 abr. 2021.

PEDROSA, João Luiz. [**João fala sobre o episódio relacionado ao seu cabelo**]. Big Brother Brasil. Programa exibido no dia 05 de abril de 2021. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: TV Globo. Disponível em <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/episodio/2021/04/05/videos-do-episodio-de-bbb-de-segunda-feira-05-de-abril-de-2021.ghtml>. Acesso em: 13 abr. de 2021.

ROCHADEL, André. [**Comentário sobre Sarah**]. 23 mar. 2021. Twitter: @andre_rochadel. Disponível em: https://twitter.com/andre_rochadel/status/1374477878088273926 . Acesso em: 13 abr. 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 8 ed. Lisboa: Presença, 1999