

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
Graduação em Cinema de Animação e Artes Digitais

Flávia Paula Ferreira Antunes

Análise Comparativa entre os elementos de um *Reality Show* e um jogo tradicional

Belo Horizonte
2013

Flávia Paula Ferreira Antunes

Análise Comparativa entre os elementos de um *Reality Show* e um jogo tradicional

Monografia apresentada ao Curso de Cinema de Animação e Artes Digitais da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Cinema de Animação e Artes Digitais.

Orientadora: Rosilane Ribeiro da Mota

Belo Horizonte
2013

Flávia Paula Ferreira Antunes

Análise Comparativa entre os elementos de um *Reality Show* e um jogo tradicional

Monografia apresentada ao Curso de Cinema de Animação e Artes Digitais da Universidade Federal de Minas Gerais como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Cinema de Animação e Artes Digitais.

Orientadora: Rosilane Ribeiro da Mota

COMISSÃO EXAMINADORA

Rosilane Ribeiro da Mota (Orientadora) – UFMG

Wallace Santos Lages - UFMG

Belo Horizonte, 28 de Junho de 2013

“Não subestimar a curiosidade.
Já dizia minha avó que a curiosidade matou o gato,
e até aonde eu sei, foi a mesma
que induziu Pandora a ir contra os conselhos de Zeus.”

AGRADECIMENTOS

Devo toda minha gratidão às pessoas que estiveram ao meu lado e me incentivaram a concluir este trabalho, mesmo estando numa situação delicada. Em especial à minha orientadora Rosilane Ribeiro da Mota, por sempre incentivar minha criatividade e escutar o que tenho a dizer. Ao Luis Moraes Coelho, por me oferecer um excelente embasamento de *Game Design* no grupo de estudo de jogos de tabuleiro, o que me ajudou a fazer as análises deste projeto. Ao Wallace Lages, por também me inserir no mundo do *Game Design* e trocar ideias interessantes que acabaram por me orientar na monografia. Ao Caio Lacerda Leite, por me ajudar a recolher inúmeras notícias e dados sobre todas as edições do Big Brother Brasil. Ao Fellipe de Campos Borges, por estar sempre ao meu lado cuidando de mim e me ajudando no inglês. À minha psicóloga Moema Maria Silveira e Silva, que tem me orientado no meu equilíbrio emocional. À minha família e à FUMP, por me dar o suporte necessário para que eu pudesse dar continuidade aos meus estudos. Às minhas companheiras, Ana Carolina Celina da Rocha e Jéssica Pinto Silva, por suportarem minha negligência esse semestre. Aos meus “priminhos”, que sempre me motivam e renovam meu lado criança de ser. À Nataly Mitie Natsume Moriya, que mesmo distante conseguiu sempre estar do meu lado me incentivando emocionalmente nesse período. À minha mãe e a todas as pessoas que me ajudaram e acreditaram em mim e no sonho delas de que eu pudesse ter estudos de qualidade.

RESUMO

Este trabalho consiste na análise dos elementos básicos que comportam o jogo do gênero *Reality Show*, apresentando um estudo de caso do programa Big Brother Brasil. A pesquisa é abordada sobre os parâmetros do *Game Design*, usando primeiramente a tétrede básica de construção de um jogo e destacando os principais elementos que esboçam a mecânica e narrativa do programa. A intenção do estudo é entender o funcionamento deste tipo de *Reality Show* sob o ponto de vista da estrutura de um jogo, a importância dos seus elementos, como eles são apresentados e se desenvolvem no estudo de caso. Os programas de *Game Show* já fazem parte da programação televisiva há um bom tempo, e a explosão e sucesso dos *Reality Shows* sugere um estudo mais aprofundado no assunto, para que possa servir como referência em futuras produções de jogos do mesmo gênero.

Palavras-chave: *Game Design, Reality Show, Big Brother Brasil*

ABSTRACT

This essay consists of an analysis of basic elements portrayed in a game of the 'Reality Show' type, a case report of the TV program Big Brother Brazil. The research is treated under the parameters of the game design, using, first of all, the basic tetrad of game construction by (Schell, 2010), and then, highlighting the main elements that shape the program mechanics e narrative. The purpose of the study is to understand how this kind of Reality Show functions from a game point of view, as well as comprehending the importance of the elements and how the system of such a game is born and develops. The Game Shows has already taken part in TV schedules for a long time, and the surging and success of Reality Shows suggest a more profound study of the subject, so that it serves as a reference for future game productions of the same type.

Key-words: Game Design, Reality Shows, Big Brother

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fluxograma do programa na 13ª edição.....	13
--	----

SUMÁRIO

1. Introdução	9
1.1 Objetivos.....	9
1.2 Metodologia.....	10
1.3 Organização dos capítulos	10
2. O Big Brother Brasil	11
2.1 Dinâmica e <i>loop</i> do programa.....	13
3. Definições básicas de jogo	17
3.1 Estruturas básicas de Schell	20
4. Principais regras e elementos do programa	21
4.1 O Líder.....	21
4.2 O Anjo e o Monstro.....	21
4.3 As Estalecas.....	22
4.4 O Veto do Anjo e o Poder do Não	24
4.5 O Big Fone	25
4.6 O Quarto Branco	25
4.7 Urna e o Voto Aberto	26
4.8 Montagem e Edição.....	27
4.9 O <i>Playtest</i> das provas.....	29
5. Narrativa	31
5.1 Enredo.....	31
5.2 Personagens	32
5.2.1 O Comportamento.....	34
6. Análise comparativa	37
7. Conclusões	39
7.1 Trabalhos Futuros	41
Referências	41

1.Introdução

Na última década, houve um aumento significativo de programas do gênero *Reality Show* por todo o mundo. No Brasil, a emissora de televisão Globo¹ vem lucrando cada vez mais desde que comprou a franquia do programa Big Brother da empresa Endemol² no ano de 2002.

Com os avanços tecnológicos dos últimos tempos na área de Comunicação, houve uma tendência de tudo se tornar cada vez mais conectado e interativo. TV interativa, internet em aparelhos eletrônicos diversos, demonstram como o espectador tem interagido cada vez mais com o meio. Isso tem incentivado o surgimento de programas de entretenimento como *Reality Shows* interativos. O público tem ganhado cada vez mais autonomia diante da mídia e do audiovisual, seja ao escolher o que quer assistir, onde quer assistir, como também tem ganhado voz para interferir no que está acontecendo num programa, saindo de uma postura passiva para uma mais ativa. Alguns *Reality Shows* geralmente abrem possibilidades aos espectadores de decidirem o que acontecerá, quem deve ganhar um prêmio e quem não deve. A interatividade desses programas aproxima ainda mais a relação do espectador com a mídia, ele não é mais um mero espectador, podendo também interagir com o programa.

Esse gênero de programa tem interessado estudiosos das mais variadas áreas, tais como Psicologia, Linguística e Comunicação. Embora a Endemol seja uma das maiores empresas especializadas em produzir esses tipos de programas e mesmo que possuam experiência nas dinâmicas de construção desse gênero, há uma certa carência de estudos sobre a mecânica desses tipos de jogos.

1.1 Objetivos

Esse trabalho busca abordar a estrutura básica que comporta o *reality show* Big Brother Brasil, sob os parâmetros de construção de um jogo e elaborar uma análise

¹ Copyright © 2013 Globo Comunicação e Participações S.A. Disponível em: <http://tv.globo.com/bbb/blog-da-producao/index.html> Acessado em 14 de abril de 2013.

² Copyright © 2013 Endemol UK Ltd. Disponível em: <http://www.endemol.com/> Acessado em 22 de maio de 2013.

comparativa entre elementos fundamentais em jogos tradicionais e os elementos que constroem o *reality show* em questão. Por se tratar de um jogo onde os próprios jogadores também são os personagens da trama; numa narrativa aberta e interativa; na qual o comportamento do jogador pode interferir no seu julgamento pela sociedade; onde a sociedade também pode interagir com o sistema, decidindo quem permanece ou sai do jogo; e também por ser considerado um jogo multiplataforma, segundo Jones (2004), Roscoe (2004a) e Tincknell e Raghuram (2002), por abranger diversos tipos de mídia como TV aberta, fechada, *pay-per-view*, internet e telefonia celular; o *game show* será investigado não somente sob os parâmetros do *game design* como também levantará estudos na área de comunicação, literatura e psicologia para melhor entendimento de sua estruturação.

1.2 Metodologia

Pesquisas serão levantadas na área de *Game Design*, Comunicação, Literatura, Psicologia Comportamental e Social para dar embasamento às análises das estruturas básicas constituintes do *reality show* Big Brother Brasil. Um primeiro estudo sobre o que é um jogo e como se estruturam os jogos do gênero *reality show* será realizado. Em seguida, as principais regras e elementos do jogo Big Brother Brasil serão avaliadas sob o ponto de vista de autores das áreas mencionadas. As informações também serão obtidas a partir de vídeos disponibilizados pela própria emissora do programa via internet.

1.3 Organização dos capítulos

Os capítulos desta pesquisa encontram-se organizados da seguinte forma:

No capítulo 1, é apresentado a introdução do projeto, objetivo, foco da pesquisa, metodologia e organização do trabalho.

No capítulo 2, é abordado o funcionamento do Big Brother Brasil, o que é e como se desenvolve a dinâmica do programa.

No capítulo 3, definições básicas de jogo são colocadas em questão, elementos essenciais para a construção de um jogo e estruturas básicas de SCHELL (2010).

No capítulo 4, são catalogadas as principais regras e elementos que constituem o programa.

No capítulo 5, elementos básicos que estruturam a narrativa do programa são analisados. No capítulo 6, é feita uma análise comparativa de jogos tradicionais e o Big Brother Brasil. No capítulo 7, se encontra a conclusão do projeto e sugestão de trabalhos futuros.

2. O Big Brother Brasil

O Big Brother é um produto da empresa Endemol estando classificado como *Reality/ Game Show*. Um *Game Show* é um tipo de jogo televisivo no qual os participantes geralmente cumprem provas com o objetivo de ganhar um prêmio. A origem desse gênero parece estar relacionada com jogos de perguntas e respostas advindas dos programas de rádio, como *quizzes* que beneficiavam os ouvintes que participavam com premiações. A produtora de entretenimento Endemol, criada por John de Mol e Joop van den Ende, classifica alguns *reality shows* que produz dentro do gênero *game show*. Neste tipo de *reality show*, os telespectadores podem interagir com o programa, tomando decisões importantes durante o jogo. O Big Brother Brasil, franqueado pela Endemol, foi escolhido como estudo de caso nesta pesquisa devido ao extenso histórico de sucesso, lucros e polêmicas geradas desde sua primeira exibição em TV aberta.

O programa consiste no confinamento de um determinado número de pessoas, geralmente doze, dentro de uma casa adaptada para a proposta do programa. Teoricamente, os jogadores não se conhecem e precisam aprender a conviver entre si por um período que varia entre dois a três meses. Não há nenhum tipo de comunicação externa, os participantes não podem fazer ligações telefônicas, ver televisão, ler revistas ou jornais. Nada que possa dar indícios de como o programa está sendo exibido e como os jogadores estão sendo julgados pelos espectadores é permitido pelas regras. A casa em que habitam possui várias câmeras que registram vinte quatro horas por dia tudo o que acontece com os jogadores. A única pessoa com quem eles têm contato é o apresentador do programa que os instrui por um televisor alojado na casa. O apresentador pode ajudar na realização de provas, organizando os participantes e também informando aos jogadores os resultados das votações do público e de tarefas que precisam cumprir.

O objetivo dos participantes é eliminar seus companheiros, indicando-os para o “paredão”, termo utilizado para designar o processo de eliminação, que constitui primeiramente da votação dos jogadores da casa e depois da votação do público. Os

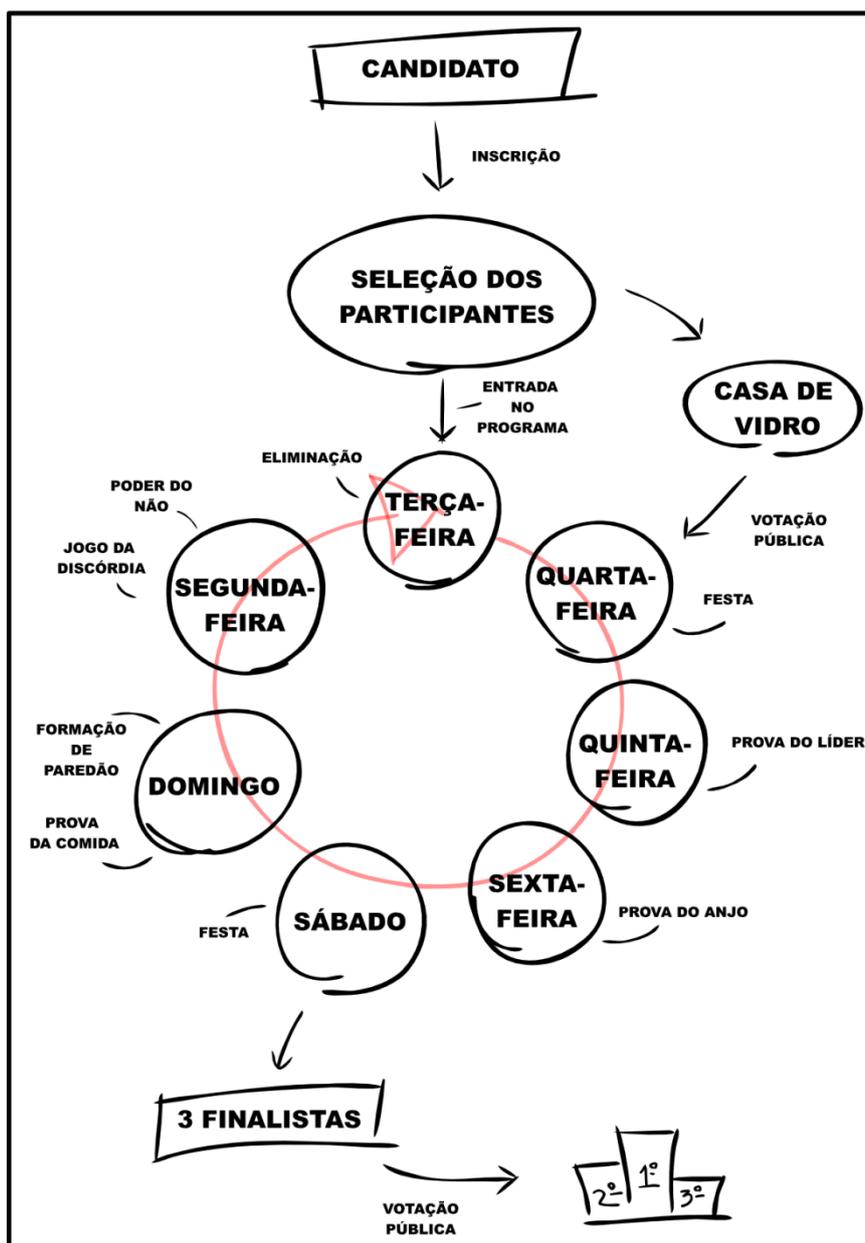
critérios para ser indicado para compor o “paredão” podem ser aleatórios, assim como por decisão dos participantes da casa. A decisão de eliminação do candidato ocorre por escolha do público por votação via internet, mensagem de texto ou por telefone.

Os jogadores são encarregados da limpeza da casa, assim como de preparar as próprias refeições. Eles participam de festas que acontecem no interior da casa e, às vezes, recebem visitas de celebridades públicas da emissora que promove o programa. Além de prêmios que podem ser conseguidos no decorrer do programa, tais como aparelhos eletrônicos e automóveis, ganha o jogador que permanecer até o final do jogo e conseguir o maior número de votos na última votação do programa. O prêmio final da primeira edição foi de quinhentos mil reais para o primeiro lugar. Atualmente, o primeiro lugar da última edição alcançou as margens de um milhão e meio, o segundo lugar ficou com cento e cinquenta mil e o terceiro cinquenta mil reais.

2.1 Dinâmica e *loop* do programa

Neste capítulo será apresentada a dinâmica do fluxo de acontecimentos no Big Brother Brasil. Como funciona as etapas de seleção dos participantes, e o loop semanal de provas que se repetem até o final do programa. Abaixo um fluxograma com as principais etapas de desenvolvimento do jogo.

Figura 1 - Fluxograma do programa na 13ª edição



Fonte: Elaborada pela autora

A primeira etapa é a de seleção de participantes. Atualmente existem seleções regionais, nas quais um participante pode se inscrever preenchendo um questionário, enviando de três a dez fotos e ser selecionado para uma entrevista na região que desejar. Há também as inscrições nacionais que podem ser feitas pela internet ou Correios. Os produtores selecionam os candidatos que entrarão na casa seguindo seus próprios critérios. Há uma pré-seleção de candidatos que depois poderão passar pelo processo da “cadeira elétrica”. A cadeira elétrica é uma das partes finais de seleção do programa, onde o candidato responde a perguntas um pouco mais íntimas a seu respeito. A entrevista é feita com a companhia de um psicólogo que ajuda a classificar os perfis dos jogadores. Depois desta etapa, são então selecionados os participantes do programa, aproximadamente doze pessoas são dirigidas a um pré-confinamento, estando restritas a qualquer tipo de contato externo que não seja com a produção do programa. Cerca de seis pessoas podem ser escolhidas para a “casa de vidro”. A casa de vidro se baseia numa cúpula de vidro, na qual alguns candidatos permanecem por um tempo sob voto popular para decidir quem da casa de vidro irá para o programa. A casa de vidro fica exposta num *shopping*, onde pessoas podem acompanhar a vida dos participantes sem a interface digital, apenas olhando o que eles estão fazendo diariamente. Geralmente, o público vota para escolher um casal da casa de vidro que será selecionado para integrar o confinamento da casa do BBB.

Assim que os participantes entram na casa, eles são submetidos a tarefas que se repetirão por várias semanas até que só restem três finalistas. O público vota e decide qual dos três finalistas merecem o prêmio máximo do jogo. O candidato que receber maior porcentagem de votos consegue o primeiro lugar, assim como os demais são classificados em segundo e terceiro lugar, de acordo com a porcentagem de votos que receberam. O *loop* do jogo consiste nas tarefas e desafios que são apresentados durante a semana. Cada semana há a eliminação de um participante, geralmente na terça-feira.

Até chegar ao dia de eliminação, o jogo acontece na seguinte ordem. Quarta é dia de festa, sendo que quase sempre há uma eliminação na terça-feira. É comum pessoas ficarem magoadas, outras felizes, no entanto, no dia de eliminação tem-se um clima mais pesado na casa, na qual os participantes estão tensos para saber o resultado do “paredão”. O dia seguinte serve para o descanso dos participantes. Também há uma pequena prova para a qual pessoas que foram vetadas de participarem da prova do líder pelo *Poder do não* disputam para reconquistar o direito de ganhar a liderança.

Na quinta-feira, recomeça o ciclo. A prova do líder é uma das provas mais disputadas, pois garante ao jogador a imunidade da semana. Elas variam desde testes de resistência, conhecimento até mesmo de sorte. Estas provas podem durar horas, dependendo da resistência dos participantes. Além da imunidade, o líder também precisa indicar alguém para o paredão no domingo. Caso o resultado da prova do líder saia no mesmo dia da prova, ele tem cerca de três a quatro dias para decidir o seu voto, que é aberto, com justificativa para todos da casa e também perante os telespectadores.

Na sexta-feira, normalmente acontecem as provas do anjo. Embora o status de anjo não garanta a imunidade de quem é o anjo, ela também costuma ser uma prova concorrida, uma vez que quem é anjo pode imunizar alguém na casa, ou seja, é um artifício para se conseguir prestígio com outros integrantes, sendo essa estratégia muito significativa já que os critérios de voto da maioria das pessoas giram em torno da empatia dos mesmos. Quem ganha a prova do anjo possui cerca de dois a três dias para decidir quem deseja imunizar, e a revelação da imunidade é feita aos domingos, antes do voto do líder, ou seja, o líder também precisa estar atento a quem o anjo possivelmente imunizará para escolher as prioridades de seus alvos para indicação para eliminação.

Sábado é mais um dia de festa, normalmente alivia um pouco a tensão dos jogadores para o paredão que é formado aos domingos. O comportamento dos participantes nas festas também pode mudar os votos do líder e do anjo. Como a maioria das festas possuem bebida liberada, alguns participantes acabam extrapolando nas doses e fazem coisas que acabam comprometendo o julgamento dessas. Muitos votos já mudaram de um dia para o outro, devido às atitudes indevidas que pessoas tomaram enquanto estavam bêbadas e que possivelmente não teriam feito enquanto sãs.

No domingo, também é dia de prova da comida e formação de paredão. As provas da comida geralmente são realizadas durante o dia, onde os participantes precisam enfrentar tarefas para garantir os alimentos da próxima semana. As provas tem se tornado muito concorridas com a evolução das edições do programa, isso se dá pelo fato das consequência de se perder a prova da comida terem aumentado o rigor com o tempo. Ultimamente, além de ter uma alimentação restrita, os jogadores que perdem a prova da comida também vão morar no “puxadinho” ou “xepa”, lugar não tão cheio de luxos e regalias como o resto da casa. À noite, é formado o paredão para a eliminação que ocorrerá na terça-feira. O programa de terça-feira é ao vivo e primeiramente acontece a imunização do anjo. Em seguida, sabendo em quem não poderá votar, o líder indica alguém para ir para o paredão. Por último, os participantes se dirigem ao confessionário

para realizar sua indicação, votando aberto para o público e fechado para os outros integrantes da casa. O voto aberto para o público favorece a veracidade do programa, da mesma forma que expõe o jogador a fazer revelações para o público sem precisar fazê-las dentro da casa. O confessionário serve como um local para o jogador se abrir e falar a respeito de coisas que talvez não falaria fora dele. Mas um ponto importante que está em questão é que quem julga e escolhe quem fica na casa também é o público, ou seja, caso o jogador se mostre falso ou divergente com suas ideias dentro do confessionário, ele poderá ser julgado de maneira negativa pelo público. Houve inclusive a implantação de um “detector de mentiras” no confessionário, onde um *display* na tela denunciava a partir da tensão na voz do jogador se este estava mentindo ou não. Depois dos votos de todos os participantes, caso haja empate por parte da votação geral da casa, cabe ao líder decidir quem irá para o paredão. A abertura de votação pública tem início no mesmo dia e se encerra na terça-feira.

Segunda-feira é o dia do “jogo da discórdia”. Como o próprio nome já diz, o jogo serve para levantar questões polêmicas entre os participantes. Há provas em que precisam julgar outros participantes, como por exemplo na 13ª edição onde os jogadores precisavam falar algo do qual não gostavam em outra pessoa e justificar. O apresentador do programa pode falar ou não os critérios de como conseguir o *Poder do Não*, que geralmente é concedido nesta prova. O *Poder do Não* obriga o jogador a selecionar um certo número de pessoas a não participarem da prova da liderança.

Na terça-feira, é revelado o resultado das votações e acontece a eliminação de um participante. O *loop* semanal é praticamente o mesmo até que reste apenas três finalistas. As últimas provas que antecedem a escolha dos três finalistas costumam ser mais acirradas, sendo que a última prova do líder que garante a vaga na final geralmente é dividida em três fases que ocorrem em dias diferentes. São provas que variam desde conhecimento até testes pesados de resistência. O público então, em vez de decidir quem deve sair da casa na final, vota para decidir quem merece o grande prêmio.

As regras assim como a ordem dos acontecimentos durante as semanas podem ser mudadas a critério dos produtores do programa. Assim como num jogo de RPG (*Role Playing Game*) no qual o mestre pode tomar decisões complementares às regras básicas estabelecidas para que a aventura traçada não seja prejudicada, os produtores do programa se colocam numa posição similar, podendo modificar as regras a qualquer momento, respeitando a ética e os princípios básicos de bom senso entre os jogadores.

Sendo assim, por mais que as regras não sejam imutáveis, o *reality show* em questão pode ser considerado um jogo, devido a similariedade com jogos de RPG.

3. Definições básicas de jogo

Em Huizinga (1938), no seu livro *Homo Ludens*, o autor levanta a questão lúdica como primária no surgimento e no desenvolvimento da civilização. Huizinga define a relação entre homem e jogo:

“Em época mais otimista que a atual, nossa espécie recebeu a designação de *Homo sapiens*. Com o passar do tempo, acabamos por compreender que afinal de contas não somos tão racionais quanto a ingenuidade e o culto da razão do século XVIII nos fizeram supor, e passou a ser de moda designar nossa espécie como *Homo faber*. Embora *faber* não seja uma definição do ser humano tão inadequada como *sapiens*, ela é, contudo, ainda menos apropriada do que esta, visto poder servir para designar grande número de animais. Mas existe uma terceira função, que se verifica tanto na vida humana como na animal, e é tão importante como o raciocínio e o fabrico de objetos: o jogo. Creio que, depois de *Homo faber* e talvez ao mesmo nível de *Homo sapiens*, a expressão *Homo ludens* merece um lugar em nossa nomenclatura.” (HUIZINGA, Prefácio, *Homo Ludens*)

Assim como a classificação de *Homo sapiens*, que é o homem que raciocina e possui autoconsciência e o *Homo faber* que possui habilidades para transformar utensílios que modificam a natureza, Huizinga enxerga o *Homo Ludens*, o homem que joga, como fator de constituição básica da cultura das sociedades.

Embora haja controvérsias sobre o que um jogo precisa abranger para ser considerado um jogo, podemos citar alguns elementos básicos que o caracteriza, de acordo com Schell (2010):

- **Jogos são jogados voluntariamente:** As pessoas escolhem por participar ou não de um jogo. Os jogadores do Big Brother Brasil optam por participarem da competição, enviam vídeos para serem selecionados, assinam termos de compromissos, tudo isso por livre e espontânea vontade.
- **Jogos têm objetivos:** O objetivo está ligado também à narrativa do jogo. Qual é a proposta inicial? Qual é a história? O que devo fazer para resolver

o problema que foi dado? No BBB (Big Brother Brasil), a narrativa é construída na medida em que se joga o jogo, mas os objetivos que já estão mais claros desde o início do programa indicam o que o jogador precisa fazer e o que ele receberá em troca ao conseguir permanecer até o final do programa.

- **Jogos têm conflitos:** Segundo Avedon e Sutton-Smith (2001), há “uma competição entre forças” num jogo. O conflito é o problema a ser resolvido e geralmente está inserido nos objetivos. Na jornada do herói, também conhecido como monomito, o personagem precisa enfrentar obstáculos para atingir o seu objetivo. É vencendo os obstáculos que o herói ganha experiência, prestígio e respeito. Caso contrário, se atingir o objetivo for algo muito fácil, isso não é digno de uma tarefa para um herói e trata-se de uma tarefa mundana. Os conflitos na casa do BBB em sua grande parte nem sempre estão relacionados aos obstáculos e às provas que precisam superar para continuar no programa, mas sim em saber lidar com os outros participantes e também em conseguir cativar o público que também é júri do programa.
- **Jogos têm regras:** Jogos geralmente são compostos por um aglomerado de regras que servem para delimitar o espaço e as ações dos jogadores, limitando assim o que pode e o que não pode ser feito, para que os critérios de vitória e derrota sejam criados. As principais regras do Big Brother Brasil serão citadas no quarto capítulo.
- **Jogos podem levar à derrota ou à vitória:** Se um jogo competitivo ou cooperativo possui jogadores e adversários, quem atingir o objetivo final conseguirá a vitória. Caso no desfecho do jogo apareçam dificuldades que impeçam o jogador de ganhar, ele perde. O jogo é um balanceamento entre equilíbrio e desequilíbrio. Quem está em desvantagem precisa buscar a vitória e são esses elementos de desequilíbrio que conduzem o jogar. Os elementos básicos ressaltados neste estudo demonstram a enorme quantidade de regras que fornecem ao jogo os princípios de desequilíbrio.
- **Jogos são interativos:** O jogador precisa interagir com os elementos do jogo, seja uma interação física ou uma subjetiva. No caso do BBB, o jogo é considerado multiplataforma por abranger diferentes tipos de mídia, TV

aberta, fechada, pay-per-view, internet e telefonia celular (JONES, 2004; ROSCOE, 2004a; TINCKNELL e RAGHURAM, 2002). Além da própria interação dos jogadores com os elementos da casa como provas e personagens, ainda há a interatividade externa dos telespectadores que podem julgar o comportamento dos jogadores e participar da programação.

- **Jogos têm desafios:** Da mesma forma que os conflitos, os desafios servem para motivar o jogador. O nível de desafio deve ser balanceado na medida em que se avança no jogo e geralmente vêm acompanhados de recompensas. O balanceamento dos desafios serve para que o nível de dificuldade não desmotive o jogador a continuar jogando, criando um equilíbrio entre desafios fáceis, razoáveis e difíceis.
- **Jogos podem criar valores internos próprios:** Schell (2010) cita Greg Costikyan ao falar dos valores endógenos de um jogo. Isso será melhor explicado no quarto capítulo, mas basicamente se resume aos valores e aos elementos que o jogo cria em sua estrutura e que só possuem valor dentro dela. Segundo Schell (2010), quanto mais os valores endógenos são trabalhados num jogo, mais atraente este consegue ser, sem precisar de fatores externos para se tornar interessante.
- **Jogos envolvem os jogadores:** Os jogos oferecem aos jogadores a possibilidade de imersão, o mundo criado para o jogo é feito para que o jogador se sinta em outro ambiente, se sinta imerso no jogo. Embora os jogadores do BBB estejam afastados do mundo externo, o ambiente em que estão confinados não é nada surrealista ou imaginário, é uma casa normal, e eles precisam fazer tarefas rotineiras. Em todas as edições, os participantes precisavam confirmar uns para os outros que aquilo “era um jogo”, apesar de alguns conseguirem ficar imersos na casa e esquecer as câmeras que os vigiavam o dia inteiro. O jogo possui uma dinâmica capaz de confundir os próprios jogadores e fazer com que eles precisem se lembrar que aquilo é um jogo. E, dessa forma, um jogo precisa ser jogado, decisões e estratégias precisam ser tomadas para alcançar o objetivo final.
- **Jogos são sistemas fechados formais:** Isso significa que esses sistemas são constituídos de elementos interligados delimitados por regras e que formam um ambiente fictício, outro mundo, também chamado por Huizinga

(1938) como “círculo mágico”, um lugar no qual estamos imersos e que nos conduz a pensar, agir e ter sensações diferentes do mundo real.

3.1 Estruturas básicas de Schell

Partindo do ponto de vista da estruturação básica de um jogo, Schell (2011) cita uma téttrade elementar, que segundo ele, abrange os principais elementos que um jogo contém. A téttrade é composta por mecânica, narrativa, tecnologia e estética. Para Schell, cada elemento possui sua importância, sendo que nenhum deles pode ser considerado mais importante que o outro.

- Mecânica: “Esse são os procedimentos e as regras do seu jogo. A mecânica descreve o objetivo do seu jogo, como os jogadores podem ou não alcançá-lo e o que acontece quando tentam.” (SCHELL, 2011, p.41)
- Narrativa: “Essa é a sequência dos eventos que se desdobram no seu jogo. Ela pode ser linear e previamente determinada (aberta), ou ramificada e emergente (aberta).” (SCHELL, 2011, p.41)
- Tecnologia: “A tecnologia é essencialmente o meio em que a estética acontece, em que a mecânica ocorrerá e por meio da qual a narrativa será contada.” (SCHELL, 2011, p. 42)
- Estética: “Isso tem a ver com a aparência, sons, cheiros, sabores e sensações do seu jogo. A estética é um aspecto extremamente importante do design de jogos, uma vez que tem o relacionamento mais direto com a experiência de um jogador. Quando você tem certa aparência, ou tom, que deseja que os jogadores experimentem e fiquem imersos, terá de escolher uma tecnologia que permitirá não apenas que a estética surja, mas também que a amplifique e a reforce. Você vai querer escolher a mecânica que faz os jogadores se sentirem como se estivessem no mundo em que a estética foi definida, e vai querer uma narrativa com um conjunto de eventos que permitam à sua estética emergir no ritmo certo e causar maior impacto.” (SCHELL, 2011, p.42)

4. Principais regras e elementos do programa

Neste capítulo serão detalhadas as principais regras que constroem a base do programa. Personagens, cenário, narrativa e demais elementos também serão abordados. As informações aqui citadas foram coletadas de investigações feitas sobre o registro de informações fornecidos pela emissora Globo na página do BBB, e análises de vídeos e dados oferecidos de forma livre pela internet.

4.1 O Líder

Quem recebe a liderança ganha imunidade na semana em que é líder, não podendo ser votado na eliminação em que recebeu o cargo. O status de líder da semana pode ser conseguido por provas de vários tipos: sorte, resistência, conhecimento. O líder geralmente tem direito a um quarto individual com algumas regalias extras, tais como televisão para ver apenas filmes, comidas e bebidas especiais. Além da imunidade, o líder também fica a cargo de indicar um participante para a eliminação da semana. Seu voto é aberto e precisa ser acompanhado de justificativa.

O poder de líder é um elemento de desequilíbrio do jogo. Ele existe desde a primeira edição e é o status mais básico no programa para colocar alguém numa posição superior à dos outros. Geralmente jogos possuem objetivos, conflitos e principalmente quando se é jogado com mais jogadores, há uma competição por poderes. O jogo mantém o seu fluxo com a alternância de equilíbrio e desequilíbrio. Os fatores de derrota e vitória estimulam o jogador que se encontra em desvantagem a ir em busca do status de líder, ou estar em vantagem em relação aos outros jogadores.

4.2 O Anjo e o Monstro

O anjo recebe o direito de imunizar alguém na semana em que é beneficiado pelo cargo. Em edições mais atuais, o anjo tem sido acompanhado pelo monstro. O escolhido precisa indicar um número determinado de jogadores para realizar uma tarefa durante o período de alguns dias. O monstro é o ônus da bonificação do anjo. A situação e a mudança de papel para anjo são determinadas por provas semanais. Essas provas

geralmente acontecem num único dia preestabelecido e podem variar entre disputa dos participantes em testes de resistência, sorte, conhecimento, dentre outras habilidades.

O elemento anjo, por mais que não traga a imunidade para a pessoa que o possui, também é muito disputado entre os participantes. Dentro da casa, alianças são formadas. Ao imunizar alguém, essa pessoa está reforçando um ato de simpatia para com o outro em algumas das vezes que essa decisão é tomada. Num jogo, onde a habilidade de cativar é extremamente importante, e como as pessoas são julgadas por cada decisão tomada, ao imunizar uma pessoa ela adquire a possibilidade de ser imunizada pela mesma, caso ela receba no futuro o papel de anjo. A imunidade também pode ser utilizada de modo estratégico, por exemplo, uma pessoa que possui o anjo pode imunizar alguém do seu próprio grupo para que este não se desfaça e perca força na casa. Em algumas situações, a pessoa pode ser inserida em um dilema: atribuir a imunidade e defender alguém com o qual possui simpatia ou defender alguém do seu grupo. Essas atitudes estão sempre sendo julgadas pelo público.

O anjo é um outro elemento de desequilíbrio do jogo, pois concede a alguém um poder que os demais jogadores não possuem. A escolha do anjo é revelada no dia da indicação do líder e as pessoas na casa precisam pensar em várias possibilidades de votação, já que não sabem quem o anjo imunizará e quem o líder indicará para o “paredão”.

4.3 As Estalecas

A estaleca é a unidade monetária do jogo. O termo escolhido para nomear a moeda é utilizado em Portugal para designar vigor e dinheiro. Os jogadores começam com uma quantia desse dinheiro e passam por provas para aumentar seu saldo. Geralmente as estalecas são utilizadas para comprar alimentos para casa, sendo que cada jogador possui sua quantia de dinheiro e pode decidir por fazer compras individuais ou em grupo. Para que as compras em grupo sejam feitas, é preciso que todos os jogadores estejam de acordo e contribuam com uma quantidade mínima. Os jogadores recebem cartões magnéticos para sacar as estalecas num terminal eletrônico na casa. Os jogadores não podem doar nem emprestar seu dinheiro. Quando o participante é eliminado do programa, suas estalecas são zeradas, de modo que ele não pode passar suas estalecas para quem fica na casa.

Nas primeiras edições, os participantes podiam usar suas estalecas para comprar coisas a mais, tais como voos de helicóptero e passeios. Atualmente, as estalecas objetivam apenas as compras dentro da casa e, no máximo, prêmios que só poderão ser usufruídos ao sair do programa. Como foi o caso da décima terceira edição, onde havia uma televisão à venda e um vale cartão de um dos patrocinadores que oferecia um ano de compras no hipermercado. Esses passeios comprados por estalecas ou ganhados via Big Fone³ foram desaparecendo das últimas edições. Um dos motivos que poderia explicar essa modificação das regras seria o fato de que os participantes acabavam recebendo informações de fora em seus passeios externos e voltavam para a casa com “vantagem” em relação aos outros jogadores.

Schell (2010) cita uma fala de Greg Costikyan “[Um jogo é] uma estrutura interativa de significado endógeno que exige que os jogadores lutem por um objetivo.” Schell esclarece que endógeno significa “provocado por fatores dentro do organismo ou sistema”, ou “gerado internamente”. Um jogo é composto de elementos que só possuem significado dentro dele mesmo. Um jogo pode ser rico em elementos endógenos e conseguir atrair o jogador, assim como esses elementos endógenos podem não ser tão explorados e compensados por outros fatores. Schell cita o Banco Imobiliário e o jogo de roleta para exemplificar. No Banco Imobiliário, o dinheiro é de mentira, sendo que as notas só possuem valor no mundo deste jogo.

Segundo Schell, esse é um indicativo do quão atrativo um jogo pode ser pelos recursos inventados para seu roteiro. O jogo de roleta não precisa ser jogado apostando dinheiro de verdade, qualquer um pode jogar esse jogo apostando fichas sem valores monetários reais. Mas, o jogo pode ter a atratividade alterada quando as apostas são feitas em dinheiro real.

Para Schell, quanto mais atraente um jogo é, maior o “valor endógeno” criado dentro do jogo. O Big Brother Brasil é muito dependente de fatores externos para aumentar sua atratividade, tais como premiações recebidas pelos jogadores em dinheiro que pode ser utilizado após o fim do jogo. O fato do jogador receber mais estímulos externos, como o estímulo da ambição de atingir o prêmio máximo de um milhão e meio de reais, evidencia como esses elementos são de maior prioridade na estruturação do programa.

³ Big Fone: Elemento surpresa da casa. Telefone que toca aleatoriamente e o participante pode decidir em atendê-lo ou não. O Big Fone pode trazer boas ou más notícias para quem o atende.

Embora antes de entrar na casa, muitos participantes alegam querer vivenciar a experiência de vida que é estar no Big Brother. Porém, entrevistas com ex-participantes comprovam que a entrada de muito deles está relacionada aos prêmios oferecidos na casa e a fama e status que um Ex-BBB pode atingir ao se exibir no programa. O Big Brother é um programa que expõe a intimidade do jogador e coloca os jogadores em situações de estresse altíssimas. O jogador pode desistir a qualquer momento do programa, mas um dos fatores de maior estímulo para que este continue “sofrendo” e aguentando as condições estressantes da casa são os prestígios que poderão ser conseguidos que extrapolam o sistema do jogo e atingem a vida real. O carro que pode ser ganhado numa disputa, desfilar numa escola de samba, conhecer um ídolo numa festa do programa, atingir o prêmio final, ser reconhecido pela fama de Ex-BBB, que embora seja de “desgosto” de muitos, pode abrir portas para os participantes.

A estaleca é importante no jogo para que consigam comprar alimentos para a sua estadia e as provas com premiações em comida tem se tornado cada vez mais acirradas devido ao fato de que o grupo que vence a prova da comida recebe mais benefícios que o grupo perdedor (comportamento competitivo inerente ao ser humano). Por outro lado, o que parece mais motivar os participantes a se empenharem em provas como as de liderança, principalmente as de resistência é o ponto de vista de que há um prêmio real que poderá ser usufruído após o término do jogo.

4.4 O Veto do Anjo e o Poder do Não

Na sétima edição do jogo, um novo elemento é inserido: o veto do anjo. Uma pessoa era escolhida de modo aleatório para receber o veto do anjo. Quem obtivesse esse poder, poderia vetar a escolha de imunização do anjo. O veto deveria ser aberto e apresentado após a imunização do anjo. Esse novo elemento poderá ser utilizado num momento ameaçador, apesar de a maioria dos jogadores optarem por não usar, possivelmente, para evitar conflitos na casa. Para os produtores do jogo, o conflito na casa é necessário para que haja drama, para que as histórias aconteçam.

Esse novo elemento seria então um ótimo gerador de conflito. Porém, como a escolha de usá-lo era facultativa, ele acabou não sendo incluído pelos produtores do jogo em algumas edições posteriores, por que praticamente ninguém queria acumular inimigos vetando a imunidade de alguém dentro da casa claramente.

Em edições mais atuais, esse elemento ressurgiu associado a uma nova regra, O *Poder do Não*, na qual um jogador é escolhido de modo aleatório e deve eliminar um determinado número de pessoas de participarem da prova do líder. Ao contrário do veto do anjo, o *Poder do Não* era obrigatório e a pessoa deveria escolher abertamente quem ela impediria de ser líder. O *Poder do Não* embora seja muito semelhante ao *Veto do Anjo* se mostra muito mais eficaz em termos de criação de conflito na casa devido ao fato de ser obrigatório e não mais facultativo.

4.5 O Big Fone

O *Big Fone* é um elemento surpresa na casa. Ele se baseia num telefone sem conexão com o mundo externo que toca em momentos aleatórios. Quem atende o *Big Fone* pode receber uma notícia boa ou ruim. O momento e o conteúdo do que é dito ao atendê-lo é de responsabilidade da produção do programa.

Esse elemento se mostra totalmente vantajoso para a produção, pois eles possuem o controle total de quando o telefone tocará e o que vão propor para os participantes. Como o que acontece na casa é sempre imprevisível, o *Big Fone* é de grande ajuda para que a produção possa surpreender os participantes e induzir a história para outros desfechos. Com a evolução das edições do programa, os novos participantes adquirem experiência com as edições anteriores e especulam o que aconteceria no programa. A produção então insere outros elementos no jogo, de modo que os jogadores fossem surpreendidos e colocados em situações inesperadas.

4.6 O Quarto Branco

O quarto branco é um cômodo totalmente fechado onde todos os objetos que o compõe são brancos, desde os lençóis até a estrutura da cama. Esse ambiente é iluminado vinte e quatro horas por luz artificial, suas paredes são revestidas por um acolchoado branco e possui algumas camas, além de banheiro e frigobar. Quem entra no quarto branco não possui contato com mais nada e tem seus direitos restringidos a somente comer, beber e usar o banheiro. As regras de quem vai para o quarto branco podem mudar a todo instante, segundo as decisões dos produtores do programa. Geralmente, os participantes precisam passar um certo período de tempo confinados e depois são soltos. As questões que envolvem o confinamento podem ser rodeadas de

dilemas. Dentro do quarto, o jogador perde a noção de tempo por estar sempre iluminado por luzes artificiais e não receber iluminação externa, o que prejudica o ciclo normal de sono. A paciência é um aspecto testado pelo local claustrofóbico e privado de qualquer outro tipo de lazer.

Com a inserção do novo elemento, o quarto branco, na nona edição, um dos participantes que atendeu o *Big Fone* foi obrigado a escolher mais dois jogadores para participarem de um castigo, além dele próprio. Por não saber que tipo de castigo seria, o jogador escolhe mais dois amigos para participarem, sendo que um deles já havia mostrado sinais claustrofóbicos durante o jogo. No dia seguinte, os jogadores escolhidos tiveram a notícia que o castigo seria permanecer nesse quarto branco. O apresentador do programa explicou como funcionaria o quarto branco e apresentou uma nova regra: eles deveriam indicar um participante da casa para o paredão.

Caso esse participante fosse eliminado, os três que estavam no quarto branco poderiam voltar ao jogo. Porém, se o indicado não fosse eliminado no paredão, os três deveriam escolher entre si quem deixaria definitivamente o jogo. A única forma de sair mais rápido do quarto branco seria apertando um botão vermelho posicionado no centro da sala e optar por ser eliminado automaticamente do programa. O jogador que já demonstrava sinais de claustrofobia não resistiu ao confinamento e acabou apertando o botão para ser eliminado.

4.7 Urna e o Voto Aberto

O voto aberto sempre foi polêmico. Quando a votação é fechada e não se sabe ao certo quem está votando em quem, fica mais difícil saber quem é o “traidor” ou quem pode ser a sua ameaça dentro da casa. Na nona edição do programa, é inserido mais um elemento de sorte. Uma urna contendo bolas brancas e pretas que determinaria se o voto da pessoa seria aberto ou fechado.

Em todas as edições, os participantes são surpreendidos por novas regras. O sorteio das bolas foi revelado somente na hora da votação, deixando os jogadores tensos e despreparados para a nova regra.

Esses elementos surpresas sempre surgem estrategicamente ao longo do programa para deixar os jogadores desarmados, ainda mais tensos e aumentar a dramaticidade do programa. A partir do momento em que os participantes começaram a

entender o funcionamento do programa e suas estratégias foram se modificando, os produtores também modificaram as regras do jogo, para que os próprios jogadores fossem surpreendidos, e a dinâmica do programa mudasse. As modificações são feitas, e geralmente os jogadores são os últimos a saber. Por exemplo, pode haver a revelação parcial da nova regra para os telespectadores, instigando a curiosidade dos mesmos ao saber de algo que os demais participantes não sabem. As novas regras podem surgir no site do programa por meio de enquetes para decidir o que os participantes irão fazer ou receber na casa. Ou ambos, telespectador e jogadores, podem ser surpreendidos com as novas regras. Entretanto, há um limite para a flexibilidade da construção de novas regras. O programa possui um núcleo de regras básicas do qual não pode ser alterado. Os critérios de eliminação da casa e permanência até a final, garantem ao jogador a conquista dos maiores prêmios.

Com a adição da urna no jogo, os participantes ficavam tensos diante de cada dia de votação, pois nunca saberiam quando seu voto seria de conhecimento de toda a casa ou não. Votar abertamente é escancarar quem é seu alvo no jogo, ou seu inimigo. Quando a votação é feita de forma fechada, os participantes não conseguem saber exatamente quem votou em quem. A votação aberta se torna mais desagradável para quem não quer ter um inimigo declarado.

4.8 Montagem e Edição

A casa possui mais de trinta câmeras ligadas vinte e quatro horas por dia. A montagem e edição do programa é essencial para que se filtre as informações mais importantes que se deseja passar ao telespectador. Ultimamente, os programas costumam ir ao ar semanalmente, variando entre cinco a quarenta e cinco minutos de exibição. O que se apresenta ao telespectador da televisão aberta é somente o resumo do que aconteceu recentemente na casa. Nas primeiras edições, o programa não era exibido todos os dias e a duração geralmente era menor. Com a repercussão e o sucesso de público, o programa foi ganhando mais lugares na programação da emissora.

A montagem e a edição do que será exibido pode enfatizar aspectos que o espectador verá, mas em momento algum pode ser manipulada ao ponto de distorcer o que realmente aconteceu na casa. Os produtores optam pelo que será mostrado, mas não podem privilegiar ninguém no jogo. Entretanto, a montagem e edição acaba

passando o ponto de vista de quem o fez, sendo assim, é uma forma alterada e compacta do que realmente se passou nas vinte e quatro horas de programa.

As músicas e a maneira como é editado está sob total controle dos produtores do programa. Esses elementos contribuem para a construção de um clima, seja ele de descontração ou de maldade. Este clima, esta ambientação, está sob controle deles, e isso pode influenciar a forma que o público interpretará o que foi exibido. Vale lembrar que os “vilões” ou “mocinhos” não são construídos por esses recursos, as pessoas, antes de entrarem na casa, já possuem suas próprias estruturas de personalidade, a edição somente enfatiza o que quer mostrar, e por sua vez pode induzir a opinião do público que assiste.

A montagem e edição do programa não consegue ser totalmente isenta de imparcialidade. E por mais que os produtores não possam manipular o conteúdo de uma discussão, por exemplo, eles podem induzir uma interpretação ao mostrarem uma reação mais agressiva de um dos lados, associando imagens com músicas mais pesadas, ou podem ridicularizar alguma atitude, como já foi feito, utilizando charges e novelas humorísticas, para enfatizar alguma atitude dentro da casa.

Na décima segunda edição, o apresentador do programa chegou a comparar dois grupos na casa com seus respectivos ambientes de convívio, ou quartos. Haviam os que estavam num quarto decorado de praia e outro decorado de selva. Embora o apresentador sempre tome muito cuidado para ser imparcial na hora de falar sobre os dois grupos, é visível a divisão que é feita entre os dois, sendo a praia estereotipada como o lugar onde as pessoas são mais tranquilas, calmas, menos preocupadas com as estratégias do jogo, e a selva, representa o lugar das pessoas mais “jogadoras”, que agiam sobre atitudes mais impulsivas, preocupados em demasia com o jogo e estratégias para conseguir ganhar o programa.

Os produtores podem utilizar do *feedback* de redes sociais para inverter o que se deseja priorizar nas discussões. As redes sociais funcionam como uma fonte muito ativa de *feedback* dos próprios produtores do programa. Tudo no programa gira em torno de causas e consequências, alguém faz ou fala algo por um determinado motivo e esse alguém terá as atitudes ou falas julgadas pelo público. A forma como certa fala é mostrada pode ser manipulada pelas montagens e edições do programa. A agilidade de comunicação das redes sociais ajudam os produtores a terem o *feedback* que precisam em relação ao andamento do programa. Quando algo agrada ou não os telespectadores, os conectados às redes sociais são os primeiros a se manifestarem, questionando provas

que poderiam ter o resultado alterado, comportamentos indevidos dentro da casa que deveriam ser analisados. Quem é melhor aceito pelo público? Quem possui mais popularidade? Quem é o odiado?

Há um termo nos meios de montagem e edição chamado “efeito Kuleshov”. Este efeito consiste em afirmar que a ordem com a qual sequências de imagens são mostradas pode influenciar a interpretação do espectador. No Efeito Kuleshov, um mesmo rosto é utilizado em sequência com um prato de sopa, uma criança no caixão e uma mulher bonita. O rosto é o mesmo, a expressão do ator não muda, mas a interpretação que o espectador pode ter ao se associar esses três outros elementos com ele é diferente.

É de conhecimento geral que o programa sempre manipulou as imagens em vista de desmascarar pessoas “falsas” ou que mentiram durante o programa. Eles não estão fazendo mais do que mostrar a verdade ao público, mas ao fazerem essa opção, também estão recriminando a atitude dessa mesma pessoa, e reforçando a imagem que querem passar de pessoa “mentirosa”, denegrindo assim a imagem do jogador. Em vários momentos do programa, os produtores montaram e editaram cenas de personagens que em algum momento do dia afirmavam uma coisa, e em outro momento se contradiziam falando o oposto. Por exemplo, um certo alguém, aqui chamado de X, falava para um grupo que jamais poderia votar em um outro alguém Y, porque se identificava com a pessoa e era muito amiga desta. Em determinado momento do jogo, este alguém X precisa mudar de opinião para defender os próprios interesses, e acaba se vendo obrigada a votar na pessoa Y. Os produtores podem optar por mostrar ou não as imagens de quando o participante mudou de opinião, e porque mudou, caso contrário, poderão somente mostrar que X nunca votaria em Y porque era seu amigo, e agora se tornou um traidor porque não cumpriu o que havia prometido.

4.9 O *Playtest* das provas

O *playtest* é o processo de testes pelo qual um jogo passa, para que erros sejam encontrados, reportados, e consertados antes de ser colocado em vigor.

“É fácil, ao desenvolver um jogo, fantasiar sobre a experiência do jogador e imaginar que ela será muito boa. O *playtest* [teste de jogo] é necessário para servir como um alerta e forçá-lo a resolver os problemas desconcertantes que continuamente posterga.” (SCHELL, 2010)

Analistas vão testar das mais variadas formas um jogo para saber quais falhas existem no sistema. Essas falhas serão repassadas para quem criou o jogo para que possam ser corrigidas antes do jogo ser efetivamente jogado pelos participantes da casa ou em outros casos, por jogadores de *games* em geral. Há um vasto histórico ao longo de todas as edições, de problemas que aconteceram em provas onde os resultados precisaram ser alterados. O público por sua vez é muito atento às regras das provas e quando acontece algo não muito justo acabam pressionando os produtores seja por manifestos pela mídia ou em redes sociais. Os próprios produtores analisam com mais atenção os vídeos das provas e dão o veredito final.

As provas das primeiras edições não possuíam o monitoramento que hoje existe. Pessoas vestidas de preto (cor possivelmente escolhida para deixar os operadores das câmeras mais discretos nas filmagens e dar mais ênfase aos participantes) filmam de perto o que acontece em algumas provas, para que o resultado possa ser melhor analisado. Vale lembrar que os participantes não possuem contato com os operadores das câmeras nem com seus auxiliares.

O apresentador do programa uma vez comentou sobre uma das provas de resistência. Ele disse que ao fazerem um *“playtest”* da prova que consistia apenas em ficar parado apertando um botão com o dedo obtiveram resultados negativos, ou seja, ninguém conseguiu ficar durante muito tempo segurando o botão. Eles concluíram com o teste que a prova não demoraria muito e que teriam o resultado rápido. Entretanto, quando a prova foi ao ar, os participantes conseguiram ficar por horas disputando quem resistiria até o final.

Como os próprios participantes registram, ao fazer um *“playtest”* o analista não possui a pressão da carga de adrenalina e estresse que um jogador possui ao disputar a liderança, por isso se torna tão difícil calibrar esses tipos de provas.

As redes sociais por sua vez funcionam como ótima alternativa de *feedback* para os produtores do programa. A agilidade com que as informações são distribuídas pela internet ajudam os produtores a ficarem sabendo de possíveis erros em provas ou de atitudes indevidas que alguns participantes possam ter tomado no programa. Várias vezes provas foram questionadas pelos telespectadores assim como as regras das mesmas, e o resultado final teve de ser modificado em prol da justiça incitada pelos telespectadores conectados.

Há erros que podem ser previstos e evitados no *playtest*, assim como há coisas que não podem ser previstas com *playtest* do programa. Como foi o caso da expulsão de um dos participantes da décima segunda edição do programa, por suspeita de abuso sexual. O público ficou atento ao que acontecia e percebeu uma atitude suspeita de um dos jogadores da casa. Dois jogadores estavam muito bêbados durante uma das festas e acabaram se envolvendo no resto da noite. Foram pra cama juntos, houve momentos em que ambos os participantes estavam conscientes e se relacionando, até que em um determinado momento, quando a outra participante parecia dormir, o outro participante parece ter continuado a ter relações sexuais com ela. A atitude foi julgada como abusiva por alguns telespectadores que acompanhavam o programa e a produção precisou acatar as reivindicações.

5. Narrativa

Se o Big Brother é um jogo no qual a narrativa é aberta e não temos roteiros pré-definidos do que acontecerá exatamente dentro da casa, como se dá o enredo do programa?

Contar uma história é um ato praticado de forma espontânea. GANCHO (2002) diz que sem perceber, quem conta uma história acaba utilizando de elementos básicos que são capazes de responder as seguintes questões: “O que aconteceu? Quem viveu os fatos? Como? Onde? Por quê?”.

Para embasar o surgimento da narrativa do programa, serão analisados dois pontos principais que ainda não foram aprofundados: enredo e personagens.

5.1 Enredo

O enredo do programa se desenvolve em cima dos conflitos criados na casa. A casa em si é o próprio ambiente e cenário no qual se passa a história e os personagens são os próprios jogadores. A escolha dos personagens é de extrema importância para que se consiga o “conflito” necessário para o desenvolvimento de uma trama. Para GANCHO (2002), “Seja entre dois personagens, seja entre o personagem e o ambiente, o conflito possibilita ao leitor-ouvinte criar expectativa frente aos fatos do enredo.” A

expectativa envolve o telespectador, é a curiosidade que prende a atenção de quem assiste, que o faz querer saber o que irá se desenvolver das situações apresentadas.

“Conflito é qualquer componente da história (personagens, fatos, ambiente, ideias, emoções) que se opõe a outro, criando uma tensão que organiza os fatos da história e prende a atenção do leitor.” (GANCHO, 2002)

Segundo GANCHO (2002), o elemento básico da construção de um enredo é o conflito. No Big Brother Brasil, há os conflitos individuais que são dados pelo personagem que se contrapõe ao ambiente e as provas que precisam ser superadas, além dos conflitos interpessoais, que surgem com choque de ideias e situações entre dois ou mais participantes do jogo.

5.2 Personagens

O personagem segundo Gancho (2002, p.14) “é responsável pelo desempenho do enredo; em outras palavras, é quem faz a ação.”

“O personagem é um ser que pertence à história e que, portanto, só existe como tal se participa efetivamente do enredo, isto é, se age ou fala. Se um determinado ser é mencionado na história por outros personagens mas nada faz direta ou indiretamente, ou não interfere de modo algum no enredo, pode-se não o considerar personagem. Bichos, homens ou coisas, os personagens se definem no enredo pelo que fazem ou dizem, e pelo julgamento que fazem dele o narrador e os outros personagens.” (GANCHO, 2002)

A narrativa do Big Brother é criada pelos próprios jogadores. Se eles não interagem entre si, não há uma história. Os participantes são escolhidos de modo que personalidades diferentes componham um todo, dando uma essência heterogênea à composição. Essa variedade de personalidades é o que faz surgir os conflitos e alianças na casa. Imagine uma casa composta apenas de pessoas introvertidas, tímidas, que não conseguem interagir entre si. De onde poderia surgir o conflito, o problema a ser resolvido, se ninguém buscasse um conflito, se não houvesse nenhuma desigualdade criada para que pudesse ser questionada. O enredo se dá a partir das ações, das interações entre os personagens.

A escolha dos participantes da casa costuma seguir um padrão de personalidades heterogêneas. Assim como num jogo de luta, no qual existem diversos personagens que

podem ser escolhidos propiciando várias formas de se jogar e oferecendo maior abrangência de identificação do jogador com os personagens, no Big Brother não é muito diferente.

A heterogeneidade dos personagens seja num jogo ou numa narrativa qualquer é uma ótima estratégia, não somente para que haja o incentivo de um conflito, como para que um número maior de pessoas se identifique com o personagem que tiver mais afinidade. Se houvesse um jogo de luta com doze personagens iguais, com mesmos poderes e personalidades, de onde viria o conflito?

O surgimento de protagonistas, antagonistas e personagens secundários é um dos fatores essenciais para que a trama se torne mais envolvente e concisa. Basicamente, o protagonista é o personagem principal da história, ele pode aparecer na forma de herói, alguém que possui características superiores ao seu grupo, também pode surgir como anti-herói, um personagem que possui características iguais ou inferiores aos demais, mas que por algum motivo está na posição de herói. Há o antagonista, que será o opositor do protagonista, quem confrontará com as ideias do protagonista, e os personagens secundários, que possuem importância menor na trama, mas que sem eles não teria como comparar o protagonista sem que seja com o próprio antagonista na história. Enfim, não há um perfil exato de ganhador do programa, mas o surgimento dessas dualidades básicas entre questões morais é necessário para que surja o conflito e os telespectadores possam se posicionar diante das personalidades dos jogadores da casa.

Os personagens também podem se dividir entre planos e redondos. Os planos seriam os personagens menos complexos, com características mais facilmente identificáveis para o espectador. Já os redondos, seriam os mais complexos, compostos de características não tão evidentes e que se mostrariam ao longo da trama. Esse tipo de personagem é composto pelas seguintes características segundo GANCHO (2002): físicas, que incluem corpo, voz, gestos e roupas; psicológicas, que se referem à personalidade e ao estado de espírito; sociais, que indicam a classe social, profissão e atividades sociais exercidas; ideológicas, que se refere ao modo de pensar do personagem, sua filosofia de vida, suas opções políticas e sua religião; morais, que “implicam em julgamento, isto é, em dizer se o personagem é bom ou mau, se é honesto ou desonesto, se é moral ou imoral, de acordo com um determinado ponto de vista.”

Sendo assim, a moral dos personagens pode mudar de acordo com quem a interpreta e a forma na qual se interpreta uma pessoa ou ação. Na seção 4.8, foi detalhado como esses recursos podem induzir a interpretação do telespectador.

A escolha da região de cada participante também pode ser uma estratégia semelhante, para que o público possa se identificar com seus conterrâneos. Essa estratégia pode ser verificada no fato de geralmente haver uma maior concentração de participantes da região sudeste do país, apesar de que a opinião favorável de espectadores de uma região não precisa necessariamente ser dirigida para jogadores da mesma região.

5.2.1 O Comportamento

O Big Brother Brasil é um jogo composto não somente por provas, poder e eliminação. Ele não se resume a um jogo com um conjunto de regras para se atingir um objetivo maior. O Big Brother conta com um elemento de grande importância: o comportamento dos indivíduos.

Ao fazer um planejamento de um jogo, um *game designer* deve estar a todo momento tentando prever as atitudes dos jogadores, como eles reagirão, o que irá atraí-los, o que poderá dificultar o seu jogo. Afinal, o jogo é feito para os jogadores, e é necessário que o *designer* se coloque na posição de jogador para saber se o jogo é plausível. No *playtest*, são simuladas as mais diversas reações que um jogador pode ter para com o jogo, porém o universo dos jogos digitais costumam ser fechados, delimitados por regras. Além disso, quem atua dentro do jogo é um avatar, e geralmente o roteiro é algo predefinido. No BBB, o personagem é o próprio jogador, e um sistema simples de causa e consequência pode ajudar a identificar como as situações se desenvolvem no programa. GANCHO (2002) ao falar de verossimilhança no enredo, cita: “cada fato da história tem uma motivação (*causa*), nunca é gratuito e sua ocorrência desencadeia inevitavelmente novos fatos (*consequência*)”.

Há muitos fatores que contribuem para que uma pessoa permaneça no jogo, um deles é a sorte. Uma pessoa pode ter a sorte de não estar envolvido em intrigas e não ser alvo para compor o paredão; pode ter a sorte de ganhar uma prova de liderança que não consiste em resistência nem conhecimento; pode ter a sorte de ter um amigo que recebeu o anjo e poder ser imunizado. Há vários fatores de sorte no programa. Entretanto, além de

sorte, o jogador precisa saber lidar com pessoas, saber conviver. Isso não significa que o ganhador será quem melhor souber conviver ou vencer as tarefas da casa.

Temos a situação inicial, na qual os personagens e o cenário são apresentados. Nas primeiras semanas de participação dentro da casa, os jogadores estão num período de descobertas, de adaptação e conhecimento dos outros participantes. Durante esses dias, as primeiras impressões entre os jogadores são registradas por cada um deles, sendo que as primeiras eliminações do programa geralmente se baseiam nessas primeiras impressões. Os participantes costumam indicar para eliminação jogadores com os quais não obtiveram muita “afinidade”.

Dentre as provas físicas, de conhecimento, fatores de sorte, regras, estratégias e mecânicas do jogo, o comportamento dos indivíduos é algo que também se destaca nesse tipo de jogo. Os critérios para eliminação dos participantes podem ser voláteis, dentre os registros de justificativas para tal eliminação tem-se o fato de ele aparentar possuir condições financeiras que indicam que ele não precisa de mais dinheiro, ou o fato de ele ser bonito e já ter carreira garantida quando sair da casa. Porém, dentre as justificativas apresentadas pelos jogadores, o nível de afinidade também influencia esse tipo de votação.

Algumas vezes se o jogador for introvertido, ou não quiser se envolver com os outros jogadores, ou não opinar para não criar intrigas na casa pode não ser muito vantajoso, como por exemplo no início do programa. Os critérios que mais são utilizados para justificar os votos nas primeiras semanas são a “falta de afinidade” e, na maioria das vezes, não se obteve afinidade com alguém por não ter tido tempo de conhecê-la. Geralmente, pessoas com personalidade muito forte que já começaram intrigas são indicadas ou pessoas que simplesmente não se envolveram com muitos participantes por que não cativaram ninguém na casa. Há também a clássica justificativa da indicação de um possível forte oponente.

Com o decorrer do tempo, acabam sendo constituídas as famosas “panelinhas”: pessoas que se identificam com outras formando grupos separados na casa. Esse é um dos pontos chaves da narrativa do programa. É a partir das panelinhas que começam os conflitos e estratégias de grupos. Estar ou não envolvido numa “panelinha”, decidir ou não votar de forma estratégica para não se prejudicar pode ser interpretado de diversas formas dentro e fora da casa. Como foi mencionado na seção 5.2, as características morais podem se modificar de acordo com quem a interpreta.

Há também a falta de *feedback* dos participantes sobre o que está sendo mostrado no programa e como está sendo mostrado. Na seção 4.8 foi explicado como uma situação pode ser manipulada simplesmente com organização de exibição dos fatos. Os jogadores não sabem como estão sendo julgados e, às vezes, isso pode ser interpretado de forma errônea pelo público. Menezes (2005) fala sobre a mimesis, ou imitação, representação de algo. Ele aborda um termo muito utilizado no programa, a utilização de “máscaras”. Assim como na vida real, os participantes agem como querem ser vistos, sendo a representação deles mesmos. Do mesmo jeito que escolhemos fotos para exibir em redes sociais, filtrando assim o que desejamos que seja mostrado, os participantes também podem fazer uso de máscaras, que pode ser justificado pelo medo da exposição ou de como será julgado se estiver sem a “máscara”.

Os critérios para indicação e eliminação dos participantes em sua grande maioria estão envolvidos pelo julgamento dos indivíduos um para com o outro. O julgamento é feito não só pelos próprios jogadores como pelos telespectadores que dão o veredito final nas eliminações. Mais que um programa de provas exaustivas, humilhantes e engraçadas, o Big Brother também é um jogo de julgamento comportamental. Tudo gira em torno das “causas” e “consequências” citadas por GANCHO (2002). Alguém faz determinada ação por um motivo e terá suas consequências e suas atitudes julgadas pelo público posteriormente.

A cada edição uma nova história é construída, com os mais variados personagens, sendo o que parece dar mais destaque na narrativa, as pessoas com “atitude”. Ros e Gouveia (2006) possuem a seguinte proposta sobre “atitude”:

“Estamos sempre desenvolvendo atitudes toda vez que assumimos uma posição favorável ou desfavorável diante das coisas, das outras pessoas ou dos acontecimentos. Isso pressupõe uma interação ativa com o mundo físico e social de que fazemos parte. As atitudes são, portanto, orientações avaliativas sobre um objeto, seja ele físico ou social.” (ROS e GOUVEIA, 2006)

Pessoas com essas “atitudes” manifestadas mais claramente seriam pessoas que se colocam posicionadas diante de uma situação. Há pessoas que já conseguiram ganhar o programa se mantendo indiferentes ou adotando um comportamento mais reservado, fugindo assim de conflitos na casa. Entretanto, as histórias mais envolventes são

construídas por conflitos de ideias. As pessoas mais ativas dentro da casa criam mais situações, sejam elas negativas ou não.

Na sétima edição do programa, um jogador obteve 91% dos votos a seu favor na final. Esse jogador conseguiu cativar os fãs não somente por sua beleza, mas por suas atitudes. Apesar de ter ficado com duas mulheres diferentes na casa formando um triângulo amoroso, seu posicionamento diante do jogo e do outro grupo que não aprovava essas atitudes fez dele o vencedor do programa. O jogador chegou a adotar atitudes vingativas, como querer fazer justiça em relação à eliminação de sua companheira. Ele se declarou claramente em conflito com o outro grupo, eliminando um a um os seus membros. Os participantes começaram a temer o jogador e evitavam ao máximo disputar o paredão com ele.

Qual é a diferença entre a vida cotidiana, os filmes, as novelas e até mesmo o Big Brother que representa a rotina de pessoas dentro de uma casa? É provável que haja algum elemento que diferencie e torne atrativo assistir a um filme, ou novela ou até mesmo ao BBB.

Para que a narrativa do Big Brother se desenvolva, é necessário ação! Segundo Aristóteles, “sem ação não poderia haver tragédia”. Uma narrativa se estabelece com o mover dos personagens dentro de um espaço. A forma como os fatos são mostrados, a organização das ações é o que faz o desenvolvimento da trama. Sem intriga e conflito torna-se difícil fazer com que o programa apresente algo chamativo, diferente, interessante. Os elementos da casa, a ambientação, a estética, as provas, a mecânica do jogo, tudo contribui para que a narrativa seja apresentada com o transcorrer do tempo.

Os elementos básicos apresentados no início do programa são a base para a indução da narrativa do programa: pessoas diferentes confinadas numa casa, sem acesso ao “mundo exterior”, em busca de um grande prêmio em dinheiro.

6. Análise comparativa

O Big Brother é um jogo considerado multiplataforma. Segundo Jones (2004), Roscoe (2004a), Tincknell e Raghuram (2002), este gênero abrange diferentes tipos de mídia, tais como TV aberta, fechada, pay-per-view, internet e telefonia celular. Não somente os *Reality Shows* tem se misturado a esse processo de miscigenação de meios de comunicação, mas a cultura como um todo tem convergido para uma era mais

conectada, na qual o espectador possui mais autonomia sobre o que quer assistir ou interagir. Tudo tem estado mais conectado e os programas televisivos participativos são um exemplo disso.

“Já está se tornando lugar-comum afirmar que as novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando não apenas as formas do entretenimento e do lazer, mas potencialmente todas as esferas da sociedade: o trabalho (robótica e tecnologias para escritórios), gerenciamento político, atividades militares e policiais (a guerra eletrônica), consumo (transferência de fundos eletrônicos), comunicação e educação (aprendizagem a distância), enfim, estão mudando toda a cultura em geral.” (Santaella, 2003)

O telespectador do BBB não somente vota para decidir quem sai do programa, como também pode participar de enquetes que definem eventos que acontecerão na casa, como também pode jogar *games* no site da Globo a respeito do programa. Ele tem contato com o que os jogadores estão pensando via internet (os jogadores são obrigados a escreverem o que estão sentindo no dia a dia, ou o que estão pensando, com penalidade de perda de estalecas⁴ caso não cumpram as exigências). Quem acessa o site pode ver fotos, ler notícias, ver vídeos e ainda pagar para receber imagens de uma câmera especial dentro da casa.

SHELL (2010) ao falar sobre “Essencial versus decorativo” menciona as tecnologias que são essenciais a um jogo e outras que se resumem a tecnologia decorativa. A conectividade oferecida pelos meios de comunicação atuais empregados no *Reality Show Big Brother Brasil* se faz necessária, uma vez que é uma particularidade desse jogo esse tipo de interação entre o público e o programa. Por sua vez, também há o emprego de tecnologias decorativas como é o caso do monitoramento de batimentos cardíacos dos participantes. Esses dados não passam de fatores decorativos, uma vez que são apresentados ao público no dia de eliminação, e não possuem outro objetivo senão exibir a variação dos batimentos ao decorrer do programa, mostrando graficamente a oscilação do estado emotivo do participante.

O Big Brother Brasil se assemelha aos jogos digitais de simulação. Em *The Sims*⁵, o jogador precisa criar um ambiente de convívio para seu personagem. Os novos elementos incluídos na casa e no relacionamento com outras pessoas somam pontos de “felicidade” e “relacionamento” neste jogo.

⁴ Estalecas: Unidade monetária do Big Brother Brasil.

⁵ Copyright © 2013 Electronic Arts, Inc. Disponível em: http://thesims.com/pt_BR/home Acessado em 13 de maio de 2013.

A cada edição do Big Brother Brasil, a casa é modificada, elementos entram e saem de cena, sejam eles, quartos, piscina, academia de ginástica, área de lazer, sem falar dos participantes que mudam a cada ano. Reformar a casa é uma estratégia de renovação da estética do programa. É o ambiente onde ocorre toda a história.

Os participantes estão tão bem inseridos dentro de um ambiente que simula o convívio normal, que acabam esquecendo que estão num jogo. Em várias edições, os jogadores precisam lembrar uns aos outros que estão num “jogo” e que precisam jogar, tomar decisões, pensar estrategicamente, dentre outras ações típicas de um jogador. E há os vários perfis de jogadores, aqueles mais agressivos, vingativos, que jogam com o coração, que se deixam levar pelas amizades feitas na casa.

7. Conclusões

Comparado aos jogos de tabuleiro como o xadrez ou até mesmo os da era digital das últimas décadas, o gênero *Reality Show* ainda é muito recente. Desde a época do rádio, já eram explorados esses tipos de *game shows* nos quais o espectador podia interagir com o meio de comunicação em programas de perguntas e respostas. Ainda há muito o que se pesquisar sobre esse tipo de jogo e sua plasticidade. O sucesso desses programas ou concursos de auditório preenchem grande parte da programação televisiva atual por todo o mundo. Pesquisas na área seriam de grande serventia para que seja mais amplamente estudado novas possibilidades e reestruturação da dinâmica das mecânicas dos *Reality Shows*.

Nas primeiras edições do Big Brother Brasil, o programa possuía um nível de complexidade simples no que diz respeito às suas regras e mecânica do jogo, mas que foi evoluindo nas doze edições que se sucederam. De acordo com a mudança de estratégias dos jogadores, os próprios produtores do programa precisaram utilizar de recursos e mudanças no jogo para que a monotonia e rotina não deixasse tudo muito previsível. A estrutura básica do jogo não foi radicalmente alterada, algumas regras se modificaram com o decorrer do tempo, mas a jogabilidade do *reality show* é que foi efetivamente alterada. O programa tem se tornado cada vez mais “agressivo” no que diz respeito às provas de resistência e questões morais com as quais os participantes precisam lidar dentro da casa. Os jogadores são expostos cada vez mais rapidamente à situações de estresse, que acabam gerando os conflitos da casa desde o começo do jogo. Situações

essas que poderiam ser provenientes do abuso de provas de resistência, privação de comida, abrigo, ou mesmo sono. Além disso tem-se também a falta de privacidade para realização de necessidades básicas como utilizar o banheiro; o distanciamento dos familiares; a falta de *feedback* de como o programa está sendo editado e exibido à população; e a obrigação de convívio forçado com pessoas que às vezes eles não possuem afinidade.

Quanto à tecnologia empregada, os produtores souberam utilizar da miscigenação de meios comunicativos que comportam o programa para aumentar a interatividade dos telespectadores com os participantes. Foram utilizados até hoje vários tipos de meios de interação diferentes para que os telespectadores continuassem sendo estimulados a estar conectados ao programa, tais como jogos no *site* do programa, enquetes que decidiam o que os jogadores deveriam fazer na casa, sorteios de brindes via mensagem de texto, câmeras exclusivas para assinantes da Globo, *pay-per-view*, dentre outros. Dependendo de quanto o telespectador queira se envolver e investir, ele pode escolher qual câmera da casa prefere assistir. Embora o programa somente seja exibido na TV aberta por alguns minutos durante a noite e pequenas chamadas são feitas durante o dia, os telespectadores conectados à internet possuem acesso aos vídeos de edições anteriores, fotos e estado de espírito dos participantes, uma vez que eles são obrigados a postar diariamente algo sobre eles com a penalidade de perderem recursos no jogo, caso não sigam a ordem.

A cada nova edição, a estética do ambiente é renovada. A casa é reformada, os quartos são ambientados com temas diferentes das edições anteriores. O confessionário, lugar no qual os jogadores votam fechado pelos outros jogadores também muda a ambientação. A sala na qual é exibido o programa à noite na TV aberta geralmente é modificada, além de cozinha, jardim, piscina, dentre outros. A cada ano as festas costumam abordar temas diversos, também investindo em bandas diversas. A caracterização dos jogadores para as festas também possui um certo cuidado da produção. O ambiente básico continua sempre o mesmo: uma casa de convívio. Entretanto, os produtores estão sempre investindo na reforma do lugar para que haja novidades para o público.

A narrativa embora seja amparada pela mecânica do programa (a cada semana é escolhido um líder, um anjo e é realizada uma eliminação), permanece plástica a cada edição. A mudança dos personagens e da mecânica a cada ano muda completamente as histórias que são desenvolvidas. Mesmo quando ex-participantes voltaram a participar no

BBB como jogadores, o ambiente já não era o mesmo, as pessoas já não eram as mesmas, as situações já não eram as mesmas. Em termos de plasticidade de histórias de relacionamento entre os personagens, sejam elas de amizade, conflito ou amorosa, o BBB se mostra muito diverso e imprevisível, o que ajuda a atrair os telespectadores, criando a expectativa do que acontecerá no próximo programa.

7.1 Trabalhos Futuros

Estudos na área de desenvolvimento da mecânica de *game shows* poderiam ser fomentadas por esta pesquisa, para uma melhor construção e aperfeiçoamento dos sistemas empregados nesses programas. A evolução do BBB no que diz respeito a mecânica empregada acabou utilizando de forma mais inteligente as propagandas e *merchandising* no programa, e atualmente essa é a maior fonte de lucros do Big Brother Brasil.

Investigações sobre análise comportamental e social do jogo poderiam auxiliar no entendimento da polêmica que envolve os preconceitos da sociedade para com o programa, as questões morais internas levantadas pelas atitudes aceitas ou não pelo público, assim como também poderiam explicar que sociedade é essa que mesmo chocada com os tabus de exposição e banalização da privacidade alheia continua assistindo ao programa por mais de dez anos.

Análises sob a narrativa interativa do programa poderiam ser abordadas num trabalho futuro, no que diz respeito à plasticidade do roteiro, aos personagens “reais” que tecem uma história que não é premeditada, à interferência do público, que hoje em dia não só assiste como também participa dos programas televisivos das mais diversas formas.

Referências

ALVES, Lynn R G. Game over: jogos eletrônicos e violência. São Paulo: Futura, 2005.

ARISTÓTELES. Os pensadores. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

BASES biológicas do comportamento .. [Brasília]: UNB: The open University, c1981. 389p. ((Universidade aberta;1)).

CAMPANELLA, Bruno. Investindo no Big Brother Brasil: uma análise da economia política de um marco da indústria midiática brasileira. E-Compós, edição 8, abril de 2007. Disponível em <http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/48617cf529faed2fc60672d1ecf0efe6.pdf> Acessado em maio de 2013.

GANCHO, Cândida Vilares. Como analisar narrativas. São Paulo: Ática. 2002.

GIANNETTI, Claudia. Estética Digital: Sintopia da arte, a ciência e a tecnologia. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.

GOSCIOLA, Vicente. Roteiro para as novas mídias: do game à TV interativa. São Paulo: Senac São Paulo, 2003.

HUIZINGA, Johan. Homo Ludens. O Jogo como elemento da cultura. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

JONES, Janet. Show your real face: a fan study of the UK big brother transmissions. *New Media & Society*. Vol. 5, p. 400-421, 2003.

MENEZES, Renato Marcelo Teixeira. Big Brother Brasil: fabricação do cotidiano. 2005. 128 páginas. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo da Universidade de Marília.

PARIGUIN, B. D. A psicologia social como ciencia. Rio de Janeiro: Zahar, 1972. 218p.

ROS, María; GOUVEIA, Valdiney Velôso. Psicologia social dos valores humanos: desenvolvimentos teóricos, metodológicos e aplicados. São Paulo: Ed. SENAC São Paulo, 2006. 477p.

ROSCOE, Jane. Multi-platform event television: reconceptualizing our relationship with television. *The Communication Review*, 7, p.363-369, 2004a.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós humano. Revista FAMECOS. Porto Alegre. nº 22. Dezembro 2003. Quadrimestral.

SHELL, Jesse. A Arte de Game Design: O livro original. Rio de Janeiro: Campus, 2010.

SMITH, Adam. A Riqueza das Nações. Martins Fontes, 1a ed. 2003. 1392p

SMITH, Adam. The theory of moral sentiments. Eds. D. D. Raphael e A. L. Macfie. Indianapolis: Liberty Fund, 1982 [1759].

SUTTON-SMITH, Brian. The ambiguity of Play. Harvard University Press, 2001.

TINCKNELL, Estella & RAGHURAM, Parvati. Big Brother: reconfiguring the “active” audience of cultural studies? *European Journal of Cultural Studies*, Vol. 5(2), p. 199-215, 2002.

WHELDALL, Kevin. Comportamento social : problemas fundamentais e importancia social. Rio de Janeiro: Zahar, 1976. 168p.