

Nikolas Costa Alves

**A questão racial no BBB 21: como o cabelo de um participante virou
assunto nacional**

Mariana
2022

NIKOLAS COSTA ALVES

**A questão racial no BBB 21: como o cabelo de um participante virou
assunto nacional**

Monografia apresentada ao curso de
Jornalismo da Universidade Federal de
Ouro Preto como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo

Orientadora: Prof. Dra. Agnes
Francine de Carvalho Mariano

Mariana
2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

A474q Alves, Nikolas Costa.

A questão racial no BBB 21 como o cabelo de um participante virou assunto nacional. [manuscrito] / Nikolas Costa Alves. Nikolas C Alves. - 2022.

78 f.

Orientadora: Profa. Dra. Agnes Mariano.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Racismo. 2. Reality shows (Programas de televisão). 3. Televisão. I. Alves, Nikolas C. II. Mariano, Agnes. III. Universidade Federal de Ouro Preto. IV. Título.

CDU 323.12

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Nikolas Costa Alves

A questão racial no BBB 21: como o cabelo de um participante virou assunto nacional

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo

Aprovada em 21 de junho de 2022

Membros da banca

Doutora - Agnes Francine de Carvalho Mariano - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
Doutora - Fabíola Carolina de Souza
Doutor - Frederico de Mello Brandão Tavares - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Agnes Francine de Carvalho Mariano, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 28/06/2022



Documento assinado eletronicamente por **Agnes Francine de Carvalho Mariano, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 28/06/2022, às 15:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0353261** e o código CRC **EE7B4812**.

AGRADECIMENTO

Agradeço primeiramente a UFOP, por viabilizar o meu acesso ao ensino público de qualidade. Apesar dos ataques sofridos nos últimos anos, a universidade pública continua oferecendo oportunidades para pessoas que, como eu, identificam novas perspectivas através do conhecimento. Estendo esse agradecimento a todos os servidores do ICSA, pois cada um exerce um papel importante na construção de um ambiente de aprendizado e acolhimento. Agradeço a todos os docentes pela dedicação e incentivo que recebi durante o curso. À professora Fabíola Souza, pelas contribuições no trabalho e pelo incentivo.

Agradeço especialmente à minha orientadora, Agnes Mariano, por acreditar no meu potencial e contribuir pela elaboração dessa pesquisa. Sou grato pela oportunidade de ser orientado por uma professora tão experiente e que em cada reunião compartilhou comigo seus conhecimentos. As orientações oferecidas pela Agnes contribuíram não só na realização do trabalho, mas também no meu crescimento pessoal. Agradeço a ela pela paciência, pelos toques, pelo incentivo e pela dedicação.

Gostaria de expressar minha gratidão também aos meus pais, Wedson do Nascimento Alves e Vanessa Maria Costa Alves, que possibilitaram a minha permanência na universidade. Agradeço aos meus amigos pelos ensinamentos, pela companhia e momentos de descontração. Sou grato a todos que contribuíram direta e indiretamente por essa realização.

RESUMO

O presente trabalho analisa como a questão racial é tratada pela grande mídia e o quanto ela pode colaborar ou prejudicar na luta por igualdade. Para isso, observei o acontecimento midiático envolvendo o cabelo do participante João Luiz Pedrosa, da 21ª edição do Big Brother Brasil. A pesquisa busca compreender como o público reagiu a esse acontecimento e qual foi a abordagem da Rede Globo em relação ao tema. Foram analisados os seguintes materiais: vídeos que registram conversas entre os participantes João e Rodolfo (que compara o cabelo de João ao de um homem das cavernas), vídeo em que João explica sobre como se sentiu, o discurso do apresentador Tiago Leifert sobre o tema e comentários do público na página oficial do BBB no Facebook. A pesquisa se inspira na netnografia (KOZINETS, 2014), para coleta de dados, e na análise do discurso (ORLANDI, 2009), para observar os sentidos envolvidos nos diálogos e interações sobre o acontecimento. Considerando a audiência do BBB, parte-se da premissa de que os assuntos abordados no programa podem trazer consequências na sociedade. A pesquisa demonstra que as questões identitárias sempre estiveram presentes no programa, porém, o aumento de participantes negros nas últimas temporadas e o contexto social aprofundaram os debates raciais entre os participantes do reality show. Como resultado, constata-se que, apesar da importância do assunto, as pautas identitárias vêm sendo tratadas de forma irresponsável nos programas de entretenimento da TV.

Palavras-chave: Televisão; Reality show, Big Brother Brasil, Racismo.

ABSTRACT

The present work analyzes how the racial issue is treated by the mainstream media and how much it can collaborate or harm in the fight for equality. For this, I observed the media event involving the hair of the participant João Luiz Pedrosa, from the 21st edition of Big Brother Brasil. The research seeks to understand how the public reacted to this event and what Rede Globo's approach to the topic was. The following materials were analyzed: videos that record conversations between the participants João and Rodolfo (who compares João's hair to that of a caveman), video in which João explains how he felt, presenter Tiago Leifert's speech on the subject and public comments on the BBB's official Facebook page. The research is inspired by netnography (KOZINETTS, 2014), for data collection, and on discourse analysis (ORLANDI, 2009), to observe the meanings involved in the dialogues and interactions about the event. Considering the BBB audience, it is assumed that the issues addressed in the program can have consequences in society. The research demonstrates that identity issues have always been present in the program, however, the increase in black participants in recent seasons and the social context have deepened the racial debates among the participants of the reality show. As a result, it appears that, despite the importance of the subject, identity guidelines have been treated irresponsibly in TV entertainment programs.

Keywords: Television; Reality show, Big Brother Brasil, Racism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Comentário 1.....	65
Figura 2: Comentário 2.....	65
Figura 3: Comentário 3.....	67
Figura 4: Comentário 4.....	68
Figura 5: Comentário 5.....	69
Figura 6: Respostas do comentário 5.....	70
Figura 7: Dados extraídos	70

SUMÁRIO

1. BIG BROTHER BRASIL E A ESPETACULARIZAÇÃO DA CONVIVÊNCIA	13
1.1 O formato	14
1.2 A escolha dos participantes.....	18
1.3 A edição de 2021	22
2. A QUESTÃO RACIAL NA MÍDIA BRASILEIRA	25
2.1. A construção da identidade negra na pós-modernidade.....	26
2.1.1 O cabelo como símbolo de resistência	31
2.2 A representação racial na cultura midiática	32
2.3 Casos de racismo no Big Brother Brasil	37
3. O DEBATE RACIAL ENVOLVENDO O CABELO DO JOÃO	41
3.1 Delimitando o <i>corpus</i>	41
3.2 Procedimentos metodológicos	45
3.3 Análise do acontecimento envolvendo o cabelo do João	51
3.4 Análise da repercussão no Facebook.....	63
3.4.1 - Comentário 1	65
3.4.2 - Comentário 2	65
3.4.3 - Comentário 3	67
3.4.4 - Comentário 4	68
3.4.5 - Comentário 5	69
3.4.6 Dados extraídos.....	70
4. CONCLUSÃO	73
6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76

INTRODUÇÃO

No dia 4 de abril de 2021, a frase “Respeita nosso cabelo” estava entre os assuntos mais comentados no Twitter. Isso porque, o programa Big Brother Brasil tinha exibido na noite anterior a cena em que o participante João Luiz teve seu cabelo Black Power comparado a uma peruca de uma fantasia de “homem das cavernas”. Esse acontecimento permite compreender os impactos que as expressões de racismo causam na sociedade, sobretudo quando são veiculadas nos meios de comunicação de massa.

Para interpretar discursos possivelmente racistas, é preciso realizar uma análise do contexto em que essas interações são construídas. No caso dos reality shows, os discursos podem sofrer interferências de diversos fatores. No Big Brother Brasil, a maioria das câmeras são visíveis, influenciando a produção dos discursos dos participantes, tendo em mente o grande sucesso do programa. Além disso, para analisar esses possíveis impactos, é necessário também compreender “que falar sobre racismo no Brasil é, sobretudo, fazer um debate estrutural” (RIBEIRO, 2019, p. 20). Logo, é necessário considerar também o contexto onde a sociedade brasileira está inserida e como o racismo acompanha a história do país.

O Big Brother Brasil proporciona visibilidade nacional para anônimos e celebridades. A escolha dos participantes pode interferir nos assuntos debatidos dentro da casa. O discurso identitário dos participantes e o crescimento dos debates na *internet* trouxeram para o programa uma responsabilidade, visto que é assistido por milhões de brasileiros. O caso de racismo que ocorreu na edição 21 consegue evidenciar se o assunto é abordado de forma responsável pela emissora. Deve-se considerar se o tema alcança o público positivamente e pode trazer ou não benefícios para a sociedade.

O trabalho analisará como as questões identitárias foram tratadas no Big Brother Brasil 21. A exploração das pautas sociais pela mídia pode trazer consequências positivas e negativas para o ativismo social. Durante os últimos anos, o *reality show* de maior audiência no Brasil, o Big Brother Brasil, passou por mudanças nas escolhas dos participantes, optando por pessoas com um histórico de ativismo social.

A pesquisa pretende analisar esse movimento, tendo como objeto de pesquisa o caso de racismo que gerou repercussão nacional na 21ª temporada do programa, quando o participante João Luiz se ofende com comentários de outro integrante da edição. Observaremos a forma com que esses assuntos são tratados no programa e a repercussão desses debates entre o público. É importante evidenciar os pontos positivos e negativos quando a questão racial é

abordada pelos meios de comunicação. O trabalho pode servir como um alerta sobre como esses temas são debatidos pela grande mídia e se estão sendo retratados com responsabilidade, pois dependendo da forma como que é veiculado, pode haver um efeito contrário à legitimação das pautas sociais.

Para entender os impactos que o caso em questão provocou no público, é importante compreender o universo em que ele é veiculado. No primeiro capítulo, será apresentado o contexto em que o Big Brother Brasil está inserido no meio midiático. Com informações sobre o seu formato, é possível compreender as condições em que os discursos foram gerados. Voltando o olhar para outras edições do programa, é possível identificar algumas características na escolha dos participantes. É possível observar o aumento de participantes pretos nas últimas edições. A edição com mais integrantes pretos e pardos em 19 anos de programa foi a 21ª temporada, com nove participantes negros. É importante investigar os interesses da emissora em relação a essa mudança. Para isso, o contexto sociopolítico do ano anterior à edição pode colaborar na investigação do acontecimento.

O aumento notável de pessoas negras integrando o elenco do programa levantou discussões sobre o racismo. Em seguida, observaremos que historicamente a questão racial nos meios de comunicação no Brasil, geralmente, tem sido abordada de forma irresponsável. Além da desproporcionalidade na presença de pessoas pretas e brancas nos produtos midiáticos, o reforço de estereótipos racistas acompanhou as primeiras décadas do surgimento da televisão no país até sua popularização. Para analisar os impactos da mídia na sociedade, é necessário compreendê-la como dispositivo que participa da construção da identidade do sujeito pós-moderno. O racismo presente nas estruturas da sociedade brasileira interfere fortemente nessa construção. Considerando o aumento de participantes negros no Big Brother Brasil, é possível observar que a questão racial se faz mais presente no programa. Diversos casos de racismo já foram transmitidos pelo programa. Pela capacidade do alcance, o BBB consegue levantar discursos relacionados ao tema nas redes sociais.

No último capítulo, aprofundaremos no acontecimento que causou repercussão na *internet*. O caso envolvendo o cabelo do João é capaz de evidenciar como a questão racial é compreendida pelos fãs do programa. Para isso, é importante encontrar canais de interação entre os telespectadores e o conteúdo. A página oficial do programa no Facebook possibilita encontrar discursos dos internautas sobre o acontecimento midiático. Para fazer uma análise, selecionei comentários para tentar compreender os discursos gerados a partir deste acontecimento. De forma geral, os comentários expressam desconsiderar que o participante

negro tenha se sentido ofendido, e que se utilizou do espaço para prejudicar o cantor sertanejo, que estava no paredão.

De forma geral, o trabalho pretende observar as reações de um determinado público em relação à questão racial. A partir disso, é possível compreender como o assunto vem sendo tratado pela grande mídia e a importância de haver maior responsabilidade dos meios de comunicação. Ao transmitir esse tipo de acontecimento, sobretudo para um grande público, é necessária uma abordagem mais incisiva e educativa pelos veículos de comunicação. Pois, considerando todo contexto histórico e social em que o Brasil está inserido, o papel da mídia é ainda mais relevante para diminuição das injustiças sociais.

1. BIG BROTHER BRASIL E O ESPETÁCULO DA CONVIVÊNCIA

Nos anos finais do século XX e início dos anos 2000, os reality shows se popularizaram na televisão do mundo todo. No Brasil, o gênero é um sucesso desde a sua introdução no país. A Rede Globo de Televisão obteve os direitos dos formatos de maiores sucessos internacionais. O primeiro reality show da emissora se chamava “No Limite” e foi lançado em 23 de julho de 2000. O programa foi comprado do exterior e obteve sucesso de audiência. Dois anos depois, estreou na Globo a versão brasileira do Big Brother, uma “combinação da *experiência de convivência* com o *jogo de estratégia*, que, de alguma maneira, parece sintonizada com narrativas familiares à audiência contemporânea” (CAMPANELLA, 2009, p.19). Naquela época, o formato já era sucesso na América do Norte e em alguns países da Europa. A versão brasileira do produto, chamada Big Brother Brasil (REDE GLOBO, 2002) ou simplificada pela sigla BBB, foi lançada no dia 29 de janeiro de 2002 através de uma parceria da Rede Globo com a produtora norueguesa Endemol, que detém os direitos do formato. Um ano antes da estreia, o similar “Casa dos Artistas” já havia estreado no SBT com o mesmo formato do Big Brother. O programa proporcionou ao SBT o maior pico de audiência da sua história¹, entretanto, foi cancelado por ser considerado plágio do modelo “global”. O Big Brother Brasil está na programação da Rede Globo há 19 anos, com 21 temporadas e altos índices de audiência. Além de tudo, o reality show expõe intimidades em um programa de televisão, transformando em um espetáculo. Considerando que:

[...] o conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. As suas diversidades e contrastes são as aparências organizadas socialmente, que devem, elas próprias, serem reconhecidas na sua verdade geral. Considerado segundo os seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo descobre-o como a negação visível da vida; uma negação da vida que se tornou visível. (DEBORD, 1967, p. 16)

O Big Brother Brasil é dirigido desde a sua estreia por José Bonifácio Brasil de Oliveira, diretor de variedades na Rede Globo. Boninho - como é chamado o diretor - é filho de José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, mais conhecido como Boni, ex-diretor de programação e produtor da Rede Globo por 30 anos, que possui forte influência na TV brasileira. Pedro Bial

1

Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/em-2001-sbt-lanca-casa-dos-artistas-e-declara-guerra-a-globo-4994>

apresentou o programa durante 15 anos. O jornalista já apresentava o Fantástico quando foi chamado para apresentar o BBB, em 2002, substituído após a 16ª temporada. Desde 2017, quem apresenta o reality show é Tiago Leifert, filho do ex-diretor da Divisão de Relações da Globo com o mercado. Começou a carreira no esporte e migrou para o entretenimento, apresentando os realities The Voice Brasil e The Voice Kids Brasil, antes de se dedicar ao Big Brother Brasil.

Durante as suas 21 temporadas, o Big Brother Brasil tem sido o reality show brasileiro de maior sucesso, causando inclusive certo impacto social. Deve-se atentar que o programa é antes de tudo um produto da mídia. A partir dos estudos culturais de Douglas Kellner (2001), é importante considerar “os efeitos dos textos da cultura da mídia, os modos como o público se apropria dela e a usa, além dos modos como imagens, figuras e discursos da mídia funcionam dentro da cultura em geral” (KELLNER, 2001, p. 77). Nos meses de exibição do programa, é comum que um acontecimento se torne assunto nacional, assim, nos últimos anos o BBB é sucesso de audiência também nas mídias digitais. Mesmo quem não assiste ao programa, em um momento ou outro, se depara com o assunto nas redes sociais ou ouve alguém falar sobre algum acontecimento na casa mais vigiada do Brasil.

1.1 O formato

O *Big Brother Brasil* é um reality show em que algumas pessoas são confinadas em uma casa repleta de câmeras e toda semana precisam votar entre si para eleger três participantes. Os escolhidos disputam a permanência na casa, através da votação do público, na qual o mais votado é eliminado. Souza (2013) definiu o produto sucintamente ao dizer que “a premissa do programa é reunir um número variável de participantes em uma casa cenográfica, sendo vigiados por câmeras 24 horas por dia e sem conexão com o mundo exterior” (DE SOUZA, 2013, p. 444). O BBB é um programa de televisão, embora tenha uma grande relevância nas redes sociais e pode ser assistido através da internet. O criador da mecânica de jogo é o empresário John de Mol, dono da Endemol, produtora que possui os direitos dos realities mais famosos do Brasil. Inspirado no livro de George Orwell, 1984, o reality propõe que os participantes sejam observados por câmeras e assistidos por telespectadores durante toda sua permanência no programa.

Os participantes ficam em uma casa/estúdio, com decoração cenográfica, espelhos, câmeras e luzes por todo ambiente. As câmeras eletrônicas instaladas em cima das paredes de espelhos são visíveis aos participantes, apesar da tentativa de escondê-las. Muitas vezes estão

localizadas nas arestas entre a parede e o teto, obtendo uma visão da casa de cima para baixo. Diferentemente das câmeras eletrônicas, os *cameramans* são posicionados estrategicamente atrás das paredes de espelhos, para não serem vistos. Dessa forma, as câmeras cumprem a função de gerar no participante a ideia de que ele não está sendo observado (KILPP, 2007). Fazendo uma análise do Big Brother Brasil 3 (REDE GLOBO, 2003), Kilpp, Conter e Borges mostram que as câmeras escondidas atrás dos espelhos realizam o desejo do telespectador de observar sem ser observado. Traços que remetem ao voyeurismo ou, como dito no programa, ao desejo de “dar uma espiadinha”, ocupando assim uma função escópica.

Apesar de pertencer ao gênero reality show – ou talvez justamente por isso –, BBB precisa esconder muito mais do que mostrar para parecer real. Enquanto espelhos e câmeras aparecem no panorama aumentando o realismo, em certos casos faz-se necessário justamente esconder a câmera que capta as imagens por trás de espelhos: este é o olhar escópico. (KILPP; CONTER; BORGES, 2007, p. 3)

Os autores observam também que os espelhos estão estrategicamente posicionados auxiliando “a criação da identidade dos participantes, que flertam com suas imagens especulares, ajustando suas máscaras ao que lhes parece ser uma ‘boa imagem de si’”. (KILPP; CONTER; BORGES, 2007, p. 3). A escolha dos espelhos para compor o formato do reality remete à noção de estúdio, pois são utilizados como ferramenta para cumprir a função de aumentar o campo de visão das câmeras.

Quanto aos espelhos, em sua pragmática inercial eles replicam e dão densidade dramática às imagens enunciativas, pois no lugar de uma parede optou-se por uma moldura intrínseca que, muitas vezes, também insere especularmente imagens que estão fora-de-quadro. Da mesma forma como as câmeras visíveis podem aparecer especularmente, elas podem se aproveitar dos espelhos para multiplicar os ângulos de uma mesma situação, concedendo aos participantes e aos espectadores um vasto e denso aparato virtual de vistas tecnicamente possíveis. (KILPP; CONTER; BORGES, 2007, p. 8)

O Big Brother Brasil é considerado um jogo de convivência em que, invariavelmente, 20 competidores concorrem a um prêmio de R\$ 1,5 milhão. Os participantes são confinados e vigiados por câmeras 24h por dia, o único contato com o mundo exterior é efetuado através do apresentador. São proibidos de acessar redes sociais, fazer ligações telefônicas, assistir à televisão, ouvir rádio e ler jornais e revistas. A dinâmica do jogo é semanal. A partir da convivência, os competidores votam entre si para decidir quem irá disputar a permanência na casa, através da votação do público, etapa conhecida como “paredão”, em que o mais votado é eliminado. O ciclo começa às quintas-feiras, quando um novo “líder” é escolhido através de

uma prova, na maioria das vezes, realizada ao vivo. O líder é o vencedor da prova e ganha o poder de indicar um participante para a eliminação. Além do poder, o líder fica imune durante a semana, não podendo ser votado pelo grupo. O líder tem direito a privilégios dentro da casa, como quarto individual e alimentação exclusiva, diferenciando-o do restante dos integrantes. Aos sábados, uma nova prova é realizada sendo escolhido o “anjo” da semana. Esse personagem tem o direito de imunizar um participante durante a formação do paredão, além de indicar colegas para sofrerem um “castigo”. No domingo à noite, realiza-se uma votação em que os participantes vão individualmente para uma sala chamada confessionário e indicam um oponente para disputar a eliminação da semana com o indicado do líder.

Atividades são realizadas às segundas para confrontar os participantes e colocá-los um contra o outro. O clima criado no programa exige que a relação entre eles seja explorada. A estratégia de colocar menos camas na casa que o número de participantes, por exemplo, é um recurso para forçar a interação, pois, ao entrar na casa, os moradores já devem definir entre si quem ficará sem um lugar para dormir. O desgaste entre os participantes do jogo é algo estimulado pela direção do programa. O intuito de colocar o indivíduo sob estresse é pouco disfarçado e frequentemente evidenciado durante as aparições do apresentador. As provas também contribuem para o esgotamento, como as chamadas “provas de resistência”, que já testaram o limite de alguns participantes. Silvia Viana Rodrigues (2011) analisa uma prova realizada no Big Brother Brasil 10, na qual os participantes sofreram com as escolhas do público.

Se quatro participantes de um programa de TV, após sete horas de privação de sono e jejum, fossem atirados em uma minúscula garagem, ocupada em grande parte de seu espaço por um carro novo que, apesar de sua disposição sedutora, não pudesse ser utilizado para descanso, e se tivessem que se manter em pé, sem poder dormir, comer, ir ao banheiro ou sequer aumentar o tom de voz, enquanto as condições ambientais fossem brusca e impiedosamente alteradas do extremo frio ao calor sufocante, da garoa à chuva intensa, da brisa gelada à ventania, da escuridão total à luz que ordena aos olhos uma outra escuridão, e essa cena dolorida se estendesse por horas, noite, madrugada, manhã, até a exaustão do último – talvez então um jovem telespectador... Ele mesmo fosse convidado a ordenar a mudança climática a ser aplicada, bem como sua intensidade, através da internet – e o fizesse. E se mais de cinco milhões de votos sádicos tivessem sido computados? Assim é. (RODRIGUES, 2011, p. 9)

Geralmente, uma vez por semana, o público vota para eliminar um participante através do portal de entretenimento da Rede Globo, GShow. Nos primeiros anos, essa interatividade com o programa acontecia através de ligações telefônicas e envios de mensagens de texto. O Big Brother Brasil 20 (GLOBO, 2020) sustenta o recorde de maior votação em reality shows

no mundo: na 20ª edição, uma eliminação registrou 1,5 bilhão de votos. Nesta edição, “não apenas pessoas anônimas estavam entre os participantes, mas também convidados famosos” (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020, p. 2). O sucesso do programa nas redes sociais é evidenciado em números de engajamentos. A repercussão dos fatos ocorridos na casa do BBB movimenta a internet, geralmente entre os meses de janeiro e abril, período no qual, frequentemente, se tornam os assuntos mais buscados na internet por brasileiros.

O sucesso do programa é explorado pela “indústria midiática” (CAMPANELLA, 2007), as cotas para anunciantes da 21ª edição custaram valores entre R\$ 18 milhões a R\$ 78 milhões², sendo um dos horários mais disputados da televisão brasileira. Patrocinando alguns produtos que são usados diariamente no programa, como itens de higiene pessoal, cosméticos e alimentos. As marcas estão presentes durante toda a temporada do programa, “como consequência, a rotina dos participantes do Big Brother se mistura a um merchandising contínuo, ao qual a audiência não tem como escapar, e até mesmo como identificar” (CAMPANELLA, 2007, p. 11). Em 2001, Douglas Kellner menciona a importância dos estudos culturais pois,

[...] na cultura da mídia talvez esteja nosso destino e nosso ambiente cultural, à medida que avançamos para o futuro; por isso, precisamos mapear esse novo terreno e descobrir como levá-lo a atender os objetivos de aumentar a liberdade, a felicidade, a democracia e outros valores que desejamos preservar e ampliar. (KELLNER, 2001, p. 430).

Além dos produtos, as marcas patrocinam também algumas provas e festas, visto que, esses momentos são transmitidos - mesmo que parcialmente - durante a exibição do programa ao vivo e causam um impacto relevante nos telespectadores. Considerando que o reality show é o conteúdo, os patrocinadores, os anunciantes e o consumidor o telespectador, Campanella já apontava, em 2007, uma fusão destes três elementos no Big Brother Brasil causada pela internet

Durante a última década, essa relação tem se fundido ainda mais. Os acontecimentos do Big Brother Brasil são discutidos em tempo real nas redes sociais e o impacto dessa popularidade pauta as ações publicitárias dos anunciantes em novos meios. Ao patrocinar uma festa, por exemplo, a empresa pode criar também uma divulgação nas redes sociais, utilizando fatos que ocorreram durante o evento como ganchos para interagir com o público, ganhando, assim, mais engajamento nas redes sociais, como comentários, curtidas e compartilhamentos,

2

Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/leo-dias/quanto-custa-o-show-saiba-tudo-sobre-o-plano-comercial-do-bbb21>

atingindo uma audiência ainda maior. Promovendo uma hashtag própria nas plataformas, é possível observar que as propagandas alcançam os debates online e, de certa forma, estão presentes inclusive nas interações entre os fãs do programa. Na 21ª edição, por exemplo, durante a festa patrocinada pela PicPay, havia uma interação com os internautas, criando metas de engajamento online para desbloquear atrações durante o evento.³

1.2 A escolha dos participantes

Ao final de uma temporada, começa o processo de seleção para novos participantes. A Rede Globo pode “utilizar qualquer método na escolha dos participantes do BBB, a seu exclusivo critério, não se limitando aos candidatos inscritos, sem que seja devido qualquer tipo de explicação ou indenização” (REDE GLOBO, 2015). Ou seja, a emissora pode convidar participantes de acordo com a sua vontade. A inscrição para participar do programa ocorre em duas etapas, sendo a primeira etapa chamada de “Seletivas Regionais” e a segunda intitulada “Inscrições Nacionais”. Nos dois estágios, os interessados devem mandar fotos ou vídeos de si para avaliação da emissora, logo, a aparência física é considerada na escolha do participante.

O participante do Big Brother Brasil se torna uma celebridade, visto os números de audiência do programa. “Não é segredo para ninguém, por exemplo, que grande parte dos participantes do programa tem como principal objetivo ascender ao nível de celebridade midiática assim que deixarem a casa” (CAMPANELLA, 2010, p. 57). Para isso, quem almeja participar ou é convidado precisa abrir mão do seu direito de privacidade e conceder à Rede Globo o direito de utilização da sua imagem. Há então uma troca, na qual o participante entrega direitos da vida privada para sair do anonimato e se tornar uma pessoa pública, um “ex-bbb”, como popularizado pela mídia.

O interesse do espectador por consumir os bastidores de outros cotidianos em seu grau mais restrito, de certa forma, se expressa pelo desejo de comparar-se e observar o quanto sua própria intimidade se aproxima de outras. O Big Brother Brasil vem mostrar que todos têm chance, e estimula a possibilidade de concretização deste sonho ao convocar pessoas comuns e anônimas para fazer parte do seu cenário em troca do confinamento por alguns meses e da exposição estereotipada de diversos comportamentos. Se essa troca é justa ou não, não pretendemos julgar, mas o fato é que ela existe, é aceita e desejada. (JABLONSKI, 2006, p. 1)

O interesse em se tornar uma celebridade da noite para o dia faz com que, em troca da fama, o participante entregue à emissora o direito de imagem, “diverso daquele vivenciado no

3

Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/casa-bbb/noticia/brothers-vibram-com-mensagens-em-tela-da-festa-picpay-no-bbb21.ghtml>

surgimento do direito à intimidade e à vida privada, que postulava o direito ‘de ser deixado só’” (FILHO, 2006, p. 199).

Além das dinâmicas de jogo, o participante precisa estar atento também a imagem que irá passar ao público. Nos últimos anos, a chamada “cultura do cancelamento” (INOCÊNCIO; REBOUÇAS, 2021, p.3 preocupa quem aceita participar do programa. Vale lembrar que,

[...] na cultura de cancelamento, ‘cancelar’ uma empresa, produção cultural ou personalidade que conta com determinada evidência midiática tornou-se um termo para rechaçar e expor publicamente comportamentos intolerantes ou inaceitáveis moralmente, como racismo, misoginia, homofobia e xenofobia” (INOCÊNCIO; REBOUÇAS, 2021, p. 3).

Em sua 21ª edição, já existe no reality um modelo de boa convivência, criado pelos participantes, para alcançar uma boa recepção do público. Esse movimento dos participantes fez com que a produção criasse novas fórmulas e dinâmicas de jogo para desmontar personagens prontos.

Para alguns ex-participantes, a reputação que lhes foi atribuída após a saída do programa os prejudicou em suas vidas privadas ou a fama, simplesmente, não foi suficiente para compensar a exposição. A repercussão negativa gerada por acontecimentos dentro da “reality house” pode destruir a vida privada dos indivíduos. A justiça pode inclusive ser acionada através do chamado “direito ao esquecimento”, que é utilizado para estabelecer

[...] a manutenção das garantias individuais como a proteção dos direitos humanos, o estabelecimento da privacidade, imagem, dignidade, honra dos indivíduos que acabam tendo as informações amplamente divulgadas para o restante da sociedade sem o questionamento do interesse daqueles.” (SILVA, 2020, p. 17).

O direito ao esquecimento foi utilizado no caso de Aline Tertuliano da Silva, que integrou o elenco da quinta edição do programa, em 2005. A ex-participante entrou com uma ação na justiça para que o Big Brother Brasil parasse de mencioná-la, uma vez que, sua imagem foi associada à vilã da edição em que foi selecionada para participar. Aline carregou o título de maior “índice de rejeição” ao ser eliminada com 95% dos votos, na oitava semana do programa, em uma paredão contra Grazielli Massafera. Aline Silva é uma mulher negra, de acordo com a heteroclassificação étnico-racial, e seu recorde de rejeição foi quebrado apenas na 21ª edição, em 2021, por Karol Conká, também mulher negra.

Considerando que “a representatividade é um passo importante na luta contra o racismo e outras formas de discriminação” (ALMEIDA, 2016, p. 67), é importante analisar a quantidade de participantes pretos nas 21 edições do Big Brother Brasil. Para realizar um levantamento de

classificação de raça através dos elementos fenotípicos dos indivíduos, foi analisada a imagem de divulgação dos participantes, oferecida pela Rede Globo de todas as temporadas. O método utilizado será a heteroidentificação, considerando a forma como provavelmente o sujeito é visto socialmente, no Brasil, englobando a percepção do fenótipo dos participantes. A classificação racial será a mesma utilizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas que “distingue as variedades pela característica ‘cor da pele’, que pode ser branca, preta, amarela e parda, a única exceção sendo a categoria indígena, introduzida no Censo Demográfico 1991” (NASCIMENTO; FONSECA, 2013, p. 65). Considerando que, “no fundo, a opção pela auto atribuição ou pela heteroatribuição de pertença racial é uma escolha entre subjetividades: a do próprio sujeito da classificação ou a do observador externo”. (OSÓRIO, 2003, p. 13).

Durante os 19 anos de exibição, 322 pessoas já integraram o elenco das 21 temporadas do Big Brother Brasil. Desse total, 13% são heteroidentificadas como pertencentes ao grupo de raça preta. Nas edições, a quantidade de participantes pretos em relação aos brancos era desproporcional: nas 15 primeiras temporadas, em média, apenas dois indivíduos possuíam características fenotípicas de ancestralidade africana. Na temporada do ano de 2012, por exemplo, não houve nenhuma representatividade negra entre os selecionados para participar do programa.

A edição com mais integrantes pretos e pardos em 19 anos de programa foi a 21ª temporada, com nove participantes negros⁴. Apesar de que 15 milhões de brasileiros se consideram pertencentes a esse grupo racial, a representação dessas pessoas é minoria do Big Brother Brasil. Dentre as 161 participantes do sexo feminino, apenas 21 são consideradas pretas. A presença de mulheres negras em lugares de destaque, por si só, já significa um ato de resistência, pois, para esse grupo de pessoas:

[...] o combate ao racismo e ao machismo é uma questão não apenas de resistir, mas também – e principalmente – de existir. O retrato de uma sociedade racista mostra que as desigualdades têm raízes históricas e se reinventam na tentativa de manter os privilégios de grupos restritos, em detrimento de outros. Ver pessoas negras ocuparem espaços de poder e visibilidade é uma exceção. O esforço dos movimentos antirracista e feminista negro é o de pensar o lugar dessas pessoas como parte fundamental do projeto democrático (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020, p. 8).

Outras mudanças no processo de seleção dos participantes ocorreram durante a história do reality show. A principal ocorreu em 2020, com a inclusão de participantes que já estão na

4

Grupos como o Movimento Negro definem o termo “negro” para incluir pessoas pretas e pardas.

mídia. Apesar do regulamento de inscrição para participação no programa dizer que a Globo pode “utilizar qualquer método na escolha dos participantes do BBB, a seu exclusivo critério”, só na 16ª edição a emissora se propôs a incluir pessoas não anônimas, como influenciadores digitais. Na 20ª edição, o Big Brother Brasil decidiu dividir os integrantes em dois grupos: um formado por pessoas anônimas, inscritas para participar do programa; e outro com pessoas com relevância midiática, ou seja, famosos convidados a participar do programa.

A proposta de inclusão de participantes famosos foi bem recebida pelos telespectadores, que cada vez mais se transforma em engajamento, tendo em vista que o Big Brother é “um dos conteúdos televisivos de maior impacto junto ao público dos últimos anos” (CAMPANELLA, 2010, p. 15). A 20ª edição, primeira com a mudança, teve um aumento de cinco pontos de média geral de audiência em comparação com a temporada que a antecedeu. Uma mudança ocasionada por essa nova fórmula de escolha dos participantes é caracterizada pelos recordes de votações. Dentre as 21, apenas as de 2020 e 2021, que incluem celebridades como participantes da atração, estão entre as 10 com maiores índices de votações.

O Big Brother Brasil 20 é dono do recorde mundial de número de votos públicos em um programa de televisão, alcançando a marca de 1.532.944.337 votos na disputa do 11º paredão da temporada, entre Felipe Prior e Manu Gavassi⁵ (REDE GLOBO, 2020). Considerando os votos como forma de interação nos meios virtuais (LÉVY, 2009), é interessante ressaltar o impacto cultural que os novos meios de comunicação virtual causam na sociedade.

A comunicação por mundos virtuais é, portanto, em certo sentido, mais interativa que a comunicação telefônica, uma vez que implica, na mensagem, tanto a imagem da pessoa como a da situação, que são quase sempre aquilo que está em jogo na comunicação (LÉVY, 2009, p. 81)

O sucesso do Big Brother Brasil deve-se, também, à forma com que é realizado o processo de seleção dos participantes. A partir do interesse da Rede Globo em expandir o programa para o espaço digital, convidar pessoas com influência no meio virtual possibilitou à emissora ganhar um espaço na cibercultura. No segundo capítulo abordaremos com mais profundidade os impactos da cibercultura na indústria midiática.

5

Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb20/casa-bbb/noticia/recorde-de-votacao-bbb20-tem-mais-de-15-bilhao-de-votos-no-decimo-paredao.ghtml>

1.3 A edição de 2021

No dia em que a 21ª edição do Big Brother Brasil estreou, a pandemia do coronavírus já havia matado 217.712 pessoas⁶, durante 11 meses de circulação do vírus no país. O programa foi apelidado pela equipe de marketing da emissora de “Big dos Bigs”. O isolamento social diminuiu as opções de lazer, e os brasileiros aumentaram o tempo dedicado às telas (MALTA, 2020, p.1), o que pode explicar o aumento do público nas temporadas 20 e 21. O programa é cada vez mais assistido pela plataforma de vídeos on demand da Rede Globo, o Globoplay. Com a intenção de captar assinantes para a plataforma, houve uma queda no preço para assistir ao vivo durante os meses de exibição da temporada. Logo, o programa se tornou mais acessível ao público, com inserção cada vez maior da emissora nos meios digitais.

Por sua vez, o pay-per-view do reality show Big Brother Brasil (BBB), antes restrito à sua exibição nos serviços de TV Paga, também passou a ser oferecido por streaming em 2019. Apenas no ano seguinte a TV Globo barateou os custos passando a ofertá-lo junto ao Globoplay” (AZEVEDO; AMARANTE, 2020, p. 4)

Considerando fatores como as mudanças na escolha dos participantes, o isolamento social e o barateamento do pay-per-view, o Big Brother Brasil 20 foi um sucesso de público. Com o maior número de participantes negros até então, e com um forte engajamento de pessoas negras nas redes sociais (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020, p. 11), teve como vencedora Thelma Regina, uma mulher negra.

Isso porque a mobilização para garantir a manutenção dos dois negros no programa – Thelma Regina e Babu Santana – partiu expressivamente de pessoas negras no Twitter. Esse grupo, autodeclarado black Twitter, é composto por homens e mulheres que contribuem ativamente, em diversas áreas, com a luta antirracista. (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020, p. 11)

Durante o ano que consagrou Thelma Regina como campeã do Big Brother Brasil, outros movimentos sociais da luta anti-racista ganharam força no mundo todo. O movimento transnacional Black Lives Matter (BLM), “cujo objetivo era denunciar e desmontar o racismo sistemático nos Estados Unidos” (CÉLESTINE, MARTIN-BRETEAU, 2021, p. 1) ganhou força durante o ano de 2020, pelo assassinato de George Floyd, um homem preto americano morto através da força do estado por um policial branco. No Brasil, o movimento ganhou impulso em novembro de 2020, motivado pelo assassinato de um homem negro em um

6

Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/01/25/casos-e-mortes-por-coronavirus-no-brasil-em-25-de-janeiro-segundo-consorcio-de-veiculos-de-imprensa.ghtml>

supermercado em Porto Alegre. Com as mobilizações anti-racismo e a pauta em voga no vocabulário das redes sociais, era de se esperar que isso transparecesse também na próxima edição do programa.

O Big Brother Brasil 21 foi a edição com maior número de participantes pretos da história do programa: dos 20 participantes, seis são heteroidentificados como pretos. A escolha de 30% do elenco ser constituído por pessoas pretas na edição promoveu maior identificação com a parcela da população negra no país. Dentre os participantes pretos, a maioria estava no grupo das celebridades: a influencer digital Camilla de Lucas, a cantora de rap Karol Conká, o humorista Nego DI e o ator Lucas Penteado; no grupo dos anônimos, a psicóloga Lumena Aleluia e o professor João Luiz Pedrosa também são pessoas pretas.

A presença dessas pessoas no maior reality show do país também é política, já que nas edições passadas, o programa foi marcado por atitudes racistas, preconceituosas e injuriosas, como quando Paula Von Sperling, vencedora da 19ª edição do Big Brother Brasil, fez comentários de ódio durante o programa e até foi alvo de uma ação penal pública feita na Delegacia de Combate à Intolerância Religiosa. Ela afirmou que tinha medo de Rodrigo França devido a práticas religiosas, ligadas à cultura negra. Em um dos episódios, a sister definiu o cabelo cacheado e crespo como “cabelo ruim”. (MELO, 2021)

O aumento de pessoas negras trouxe também maior relevância para questões sociais. Durante a 21ª edição, o participante Rodolfo Mattheus ofendeu o participante João Luiz, ao comparar o seu black-power com uma peruca que representava a fantasia de um homem pré-histórico. A expansão do uso da internet durante a pandemia intensificou os debates virtuais. Com isso, a chamada “cultura do cancelamento”, que tem por finalidade boicotar pessoas com certa visibilidade nos meios digitais, muitas vezes provocado por algum discurso ou ato, considerado por algumas pessoas - os “canceladores” - como prejudicial à sociedade. A 21ª edição do Big Brother Brasil também foi marcada pelo medo do “cancelamento”, pois a maioria dos integrantes do grupo das celebridades vivem de suas reputações. No oitavo dia de confinamento, o apresentador Tiago Leifert fez um breve discurso sobre a cultura do cancelamento durante o programa ao vivo, no qual diz que:

O tema nesse primeiro mês de Big Brother Brasil - parece um mês, né?, mas são só oito dias - foi o cancelamento. Foi pauta inclusive no Fantástico, foi assunto na casa e foi assunto no nosso jogo da discórdia de ontem. Cancelamento é um hábito terrível da internet, que uma pessoa comete um erro e ela é cancelada, é massacrada por todo mundo. Ela cometeu um erro mesmo, e merece até o enquadro, mas vem muita violência em cima dela. E o cancelador, que é aquela pessoa que “detém as virtudes, ela veio dos céus para ensinar como as pessoas devem viver, ela é perfeita, ela tem o monopólio das virtudes”. Ela [o cancelador] não deixa a pessoa pedir desculpa, ela não deixa o diálogo evoluir. O cancelador quase comete uma violência maior do que

a violência original. Eles [os participantes] entraram morrendo de medo do cancelamento e é disso que vamos falar agora. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil 21⁷)

No entanto, a edição se tornou a líder em número de rejeição, com os três participantes com os maiores índices de rejeição da história do Big Brother Brasil. A participante eliminada com a maior porcentagem de votos até a edição de 2021 foi a cantora Karol Conká. Antes de entrar no programa, Karolline Ferreira já tinha uma carreira relevante como cantora, e participava de campanhas publicitárias nacionais. A artista já havia apresentado o programa “Superbonita”, no GNT, um dos canais de TV por assinatura do Grupo Globo. No início do ano de 2020, a rapper apresentava o programa “Prazer Feminino, na internet, ainda pelo canal GNT, porém o programa foi suspenso pelo comportamento da apresentadora dentro do reality show. Mesmo após a sua eliminação no programa, a cantora sofreu perseguições, ameaças e boicotes (SOUTO; SOUZA, 2021).

Os assuntos abordados no programa geram repercussão nacional. A escolha dos participantes está diretamente ligada às questões que são debatidas e levantadas dentro da casa. A partir de uma análise, é possível compreender a consequência dessa repercussão na sociedade. No próximo capítulo, observaremos o impacto do Big Brother Brasil como produto midiático na sociedade. Considerando que o indivíduo na pós-modernidade é cada vez mais fragmentado e sofre interferências culturais na sua formação como sujeito.

2. A QUESTÃO RACIAL NA MÍDIA BRASILEIRA

7

Fala do apresentador Tiago Leifert no programa Big Brother Brasil no dia 2 de fevereiro de 2021

A partir da década de 1970, com a popularização da TV, a mídia tornou-se uma força dominante na cultura, sobretudo em países capitalistas (KELLNER, 1995, p. 26). No mesmo período, houve uma mudança na construção da identidade do sujeito. “Em essência, o argumento é o seguinte: as velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno” (HALL, 2006, p. 7). As novas tecnologias e a internet amplificam a abrangência da comunicação em massa, fazendo com que a mídia tenha uma capacidade de influência cada vez maior sobre os indivíduos.

A partir de então, a TV a cabo e por satélite, o videocassete e outras tecnologias de entretenimento doméstico, além do computador pessoal - mais recentemente - aceleraram a disseminação e o aumento do poder da cultura veiculada pela mídia. (KELLNER, 1995, p. 26)

As produções televisivas no Brasil de maior sucesso na indústria cultural são as novelas, os reality shows e os programas de variedades. A presença de corpos negros nesses espaços tem sido conflituosa. Além da desproporcionalidade da presença de pessoas pretas nos produtos midiáticos, o reforço de estereótipos racistas acompanhou as primeiras décadas do surgimento da televisão no país até sua popularização. Na maioria das vezes, as poucas tentativas de abordar questões raciais nas novelas não foram satisfatórias ou perderam o foco ao longo da trama. (LIMA, 2001, p. 95). É importante entender também a importância da mídia na sociedade contemporânea.

De resto, a mídia constitui talvez a instituição que melhor caracteriza o cenário contemporâneo; a face da nossa sociedade, nosso comportamento, nossas ações são hoje o que são porque dispomos de tais meios, espaços, instrumentos para nos informarmos, nos exprimirmos, formatarmos nossas ações e nosso cotidiano. A mídia é o espaço privilegiado no qual a sociedade fala consigo mesma, a propósito de si mesma. (FRANÇA, 2017, p. 12)

A mídia brasileira contribuiu bastante para a manutenção de estereótipos racistas. Considerando que as imagens da mídia podem interferir na construção da identidade do sujeito, é interessante observar os possíveis impactos da indústria cultural na sociedade. A televisão, dentre veículos de produção simbólica, é uma ferramenta que pode reforçar o racismo estrutural. Para Silvio Almeida (2019),

Se boa parte da sociedade vê o negro como suspeito, se o negro aparece na TV como suspeito, se poucos elementos fazem crer que negros sejam outra coisa a não ser suspeitos, é de se esperar que pessoas negras também achem negros suspeitos, especialmente quando fazem parte de instituições estatais

encarregadas da repressão, como é o caso de policiais negros (ALMEIDA, 2019, p. 43)

Para analisar os impactos da mídia na sociedade, é preciso compreender a sociedade com a qual ela se comunica. “Segundo a perspectiva pós-moderna, à medida que o ritmo, as dimensões e a complexidade das sociedades modernas aumentam, a identidade vai se tornando cada vez mais instável e frágil” (KELLNER, 1995, p. 298). Ao admitirmos que a identidade é uma construção social, é pertinente compreender como, por que e por quem, e em que momento, em que contexto é produzida, mantida ou questionada certa identidade particular (CUCHE, 1999, p. 202). Na sociedade pós-moderna, o conceito de identidade é mais abrangente e é reivindicado por grupos identitários, que brigam por seus espaços no mundo contemporâneo. O movimento negro pertence a um desses grupos e busca igualdade nas relações sociais.

2.1. A construção da identidade negra na pós-modernidade

Para analisar os impactos da mídia na sociedade, é necessário compreendê-la como dispositivo na construção da identidade do sujeito pós-moderno. Segundo Stuart Hall, existem três conceitos de identidade: o sujeito do Iluminismo, com uma identidade estável, imutável; o sujeito sociológico, que sofre interferência do mundo exterior em busca de uma estabilidade; e o sujeito pós-moderno, em que a construção da identidade é cada vez mais fragmentada, sendo influenciada fortemente por fatores externos. (HALL, 1992). A sociedade pós-moderna provoca o deslocamento do sujeito, e essa mudança contribui na constituição identitária. No mundo globalizado, a identidade é fragmentada e está descentralizada. O deslocamento das velhas identidades, as transformam, possibilitando-as “flutuar livremente”.

Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. (HALL, 2006, p. 9)

A identidade é formada ao longo do tempo, através de métodos subjetivos. Pode-se dizer então, que a identidade está sempre em construção, pois “ela permanece sempre incompleta, está sempre ‘em processo’, sempre ‘sendo formada’” (HALL, 2006, p. 39). Esse processo ocorre a partir de uma troca entre o interior e o exterior, pois ao mesmo tempo que

projetamos nosso interior nessas identidades culturais, também somos influenciados pelos fatores externos.

Para Bauman (2005), identificar-se com algo significa “dar abrigo a um desconhecido que não se pode influenciar, muito menos controlar” (BAUMAN, 2005, p. 36). A identidade está em transição, deixando de ser sólida e passando a um estado líquido. Essa mudança acontece por vários motivos, inclusive por influências da imagem da mídia e porque as instituições sociais que antes eram menos segmentadas passam a ser mais descentralizadas e fragmentadas. Com isso, novos grupos de identificações sociais se formam, criando comunidades de destino. Essas comunidades ocorrem com os grupos de pessoas que não têm uma ligação de vida e não vivem juntos necessariamente, mas compartilham entre si uma ideia ou princípio. Porém, na sociedade atual, não só a identidade ganha fluidez, mas também os grupos sociais aos quais os indivíduos pertencem:

Tornamo-nos conscientes de que o "pertencimento" e a "identidade" não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age e a determinação de se manter firme a tudo isso são fatores cruciais tanto para o "pertencimento" quanto para a "identidade" (BAUMAN, 2005, p. 17-18).

A identidade de um indivíduo também está ligada à sua necessidade de se sentir pertencente a um grupo de pessoas que compartilham características similares entre si. A identidade de um grupo é formada a partir da união de indivíduos que compartilham de vivências parecidas, aproximando-os. Considerando que a identidade é uma construção social, é natural que pessoas que tiveram experiências parecidas ao longo da vida tenham uma proximidade identitária. A identidade social de um indivíduo permite que ele se localize e seja localizado socialmente (CUCHE, 1996, p. 177). CUCHE descreve a identidade como “uma construção que se elabora em uma relação que opõe um grupo aos outros grupos com os quais está em contato” (1996, p. 182). Ou seja, a identidade é uma construção social, pois interage no meio social, fazendo com que grupos de indivíduos se identifiquem por características sociais parecidas. Em contrapartida, esses grupos identitários podem se dar também através das diferenças entre os indivíduos que estão fora do grupo.

Mas a identidade social não diz respeito unicamente aos indivíduos. Todo o grupo é dotado de uma identidade que corresponde à sua definição social, definição que permite situá-los no conjunto social. A identidade social é a o mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica o grupo (são membros do grupo os que são idênticas sob um certo ponto de vista) e o distingue dos outros grupos (cujos membros são

diferentes dos primeiros sob o mesmo ponto de vista). Nesta perspectiva, a identidade e cultural aparece como uma modalidade de categorização da distinção nós/eles, baseada na diferença cultural (CUCHE, 1996, p. 177)

A popularização de novas tecnologias durante o final do século XX e início do século XXI, causou um efeito de compressão do espaço/tempo no campo das comunicações e acelerou o processo de envio de informações. Esse processo de globalização influencia a vida social do indivíduo, uma vez que lhe oferece novas referências identitárias, descentralizando ainda mais o sujeito (HALL, 1992). Além de outras interferências, as imagens da mídia oferecem ao indivíduo no mundo globalizado possibilidades de construção de novas identidades. Mudanças na sociedade contribuíram para esse efeito. Os movimentos sociais surgidos no final da década de 60, possibilitaram a criação de grupos identitários.

Cada movimento apelava para a identidade social dos seus sustentadores. Assim, o feminismo apelava às mulheres, a política sexual aos gays e lésbicas, as lutas raciais aos negros, o movimento antibelicista aos pacifistas e assim por diante. Isso constitui o nascimento histórico do que veio a ser conhecido como a política de identidade - uma identidade para cada movimento. (HALL, 1992, p. 45)

A formação de novos grupos identitários, causado pela desintegração da identidade, possibilitaram a união e a organização das minorias, como o feminismo, o movimento negro, a comunidade LGBTQIA+, entre outros. Esses grupos unem pessoas que lutam por uma causa em comum e funcionam, na maioria das vezes, como porta-vozes dos indivíduos pertencentes a eles. Geralmente o foco desses grupos é lutar por justiça e igualdade social. Com grupos organizados, as lutas contra a opressão se tornam mais objetivas para cada grupo. Pode haver inclusive a interseccionalidade (COLLINS, 2001), que é quando um indivíduo pertence a mais de uma minoria, podendo sofrer opressões sobrepostas.

Além de justiça e igualdade social, os grupos de movimentos sociais reivindicam também a representatividade, pois defendem a ideia que apenas uma pessoa pertencente ao seu grupo identitário poderia compreender com naturalidade suas necessidades. A necessidade da representatividade parte principalmente da opressão que as minorias sofrem. “É possível notar que, por muito tempo, os grupos sociais considerados minoritários, entre eles, mulheres, idosos, negros, homossexuais, índios, imigrantes sofreram exclusão, sendo totalmente desprezados pela sociedade.” (MARCO, 2015, p. 8)

Cada grupo social possui características únicas, que se desenvolvem de acordo com os indivíduos que a ele pertence. Portanto, os grupos são diversos e buscam soluções para diferentes problemas sociais. Por exemplo, o movimento negro, entre outras pautas, luta pelo

fim do racismo, enquanto o feminismo combate o machismo e outros problemas sociais. Essa diversidade de grupos identitários representa indivíduos diferentes.

Para aproximar essa questão identitária do objeto que será analisado, é necessário contextualizar a construção da identidade negra no Brasil. Compreender o lugar do negro em um país como o Brasil é importante, pois a exploração da população negra está na base da construção do país. Durante aproximadamente três séculos, o Brasil utilizou da força de trabalho de negros escravizados para desenvolver o país. Essa exploração colocava a população negra em posição de subalternidade aos brancos, resultando na desigualdade que é possível notar nos dias atuais. “A consequência de práticas de discriminação direta e indireta ao longo do tempo leva à estratificação social, um fenômeno intergeracional, em que o percurso de vida de todos os membros de um grupo social é afetado” (ALMEIDA, 2019, p. 23). Logo, as relações de poder construídas durante anos de escravidão influenciaram na estrutura da sociedade, resultando no racismo estrutural.

Sobre a relação entre escravidão e racismo, há basicamente duas explicações. A primeira parte da afirmação de que o racismo decorre das marcas deixadas pela escravidão e pelo colonialismo. Conforme este raciocínio, as sociedades contemporâneas, mesmo após o fim oficial dos regimes escravistas, permaneceriam presas a padrões mentais e institucionais escravocratas, ou seja, racistas, autoritários e violentos. Dessa forma, o racismo seria uma espécie de resquício da escravidão, uma contaminação essencial que, especialmente nos países periféricos, impediria a modernização das economias e o aparecimento de regimes democráticos. (ALMEIDA, 2019, p. 112)

Mesmo após a escravização, o Estado brasileiro continuou contribuindo com o aumento da desigualdade racial. Apesar da colaboração — mesmo que forçada — no desenvolvimento do país, os negros não tiveram acesso às riquezas produzidas, nem foram ressarcidos. O processo de emancipação da população negra ocorreu de forma desajustada, pois não foi proporcionado aos negros as mesmas condições, dificultando a inclusão dessa população na sociedade. Com isso, a vida dos indivíduos negros, mesmo após a escravidão, é marcada pela precariedade de moradia e empregos, além da falta de acesso à saúde e educação. Além disso, a falta de representação política colabora com a manutenção de uma sociedade racista. Como reflexo desse processo, grande parte dos descendentes de escravos foram colocados à margem da sociedade e sofrem com a violência, a pobreza e a discriminação.

A angústia da população negra é intergeracional e compartilhada, pois é fruto de uma experiência em comum. Isso possibilitou a criação de um grupo identitário que fortalece os laços entre os que pertencem a esse grupo social. O fortalecimento desses grupos impede o

isolamento das comunidades sociais, diminuindo a força das práticas discriminatórias (ALMEIDA, 2019, p. 91). Apenas os pertencentes a esses grupos compreendem totalmente os efeitos da discriminação. Conseqüentemente, esses indivíduos passam por uma construção de identidade semelhante. Por outro lado, pessoas brancas, com ascendência europeia, têm uma construção de identidade diferente, e pertencem ao grupo dominante na sociedade.

Ser classificado como branco significa que esse indivíduo não pertence a um grupo racial porque apenas minorias raciais possuem raça; pessoas brancas são apenas seres humanos. Por não serem socialmente marcados, pessoas brancas se percebem apenas como indivíduos. O lugar racial no qual são inseridas permite que seus privilégios sociais sejam inteiramente invisíveis porque eles não são interrogados (MOREIRA, 2019, p. 40).

Atualmente, as redes sociais possuem alta capacidade de mobilização de pessoas. O espaço virtual possibilita que pessoas e grupos identitários se comuniquem, reivindicando suas causas, compartilhando vivências ou expondo suas opiniões. Com isso, geralmente, atritos acontecem entre indivíduos pertencentes a grupos contrários. Esse espaço também é cenário para crimes de ódio e evidenciam a necessidade da criação de políticas públicas que produzam maior igualdade social.

É fundamental que as instituições sociais, especialmente o Estado, sejam capazes de produzir narrativas que acentuem a unidade social, apesar de fraturas como a divisão de classes, o racismo e o sexismo. É parte da dimensão política e do exercício do poder a incessante apresentação de um imaginário social de unificação ideológica, cuja criação e recriação será papel do Estado, das escolas e universidades, dos meios de comunicação de massa e, agora, também das redes sociais e seus algoritmos (ALMEIDA, 2019, p. 36)

Uma forma de apresentar uma nova construção de um imaginário social é através das imagens da mídia. A fragmentação da identidade possibilita ao indivíduo estar sujeito a influências do mundo exterior, logo, os veículos de comunicação podem ser utilizados para criar novas possibilidades. Os meios de comunicação no Brasil, sobretudo a televisão, têm uma grande inserção, exercendo influência na sociedade, como veremos a seguir.

2.1.1 O cabelo como símbolo de resistência

Dentre outras características, o cabelo crespo ou cacheado é um dos traços fenotípicos que podem identificar a ancestralidade africana de um indivíduo. Desde a era colonial, o racismo é incorporado de diferentes maneiras na estrutura da sociedade. A criação de um

padrão de beleza no Brasil é discriminatória, pois foi construída em um país que, desde a sua criação, inferiorizou a população negra. Logo, esse padrão tende a valorizar características de ancestralidade europeia. Com essa estrutura social, a construção da identidade do sujeito negro é, na maioria das vezes, espaço de conflito, pois, além da violenta discriminação sofrida, há também a falta de representatividades.

Durante muitos anos, a publicidade reforçou a manutenção de um padrão de beleza branco. Com isso, pessoas negras sofrem com a opressão para se enquadrar em um padrão que tende a lhe excluir. O padrão de belo que vigora até hoje na sociedade brasileira é o hegemônico: branco, magro, jovem, loiro, de cabelos lisos, olhos azuis e feições europeizadas (BERNARDES, 2019), o que gera uma busca por aproximar-se desse padrão. Mayra Bernardes (2019), ao discutir sobre a transição capilar na publicidade de cosméticos, enfatiza a importância de assumir a beleza natural:

Por isso, “assumir” os cabelos não é apenas uma questão estética, de escolher um determinado penteado, mas é, também, assumir uma identidade, sendo esta ainda estigmatizada na cultura brasileira. Para as mulheres negras, sair às ruas com os cabelos crespos/cacheados volumosos, coloridos, trançados ou em dreads, ainda é um ato lido como uma provocação ou um chamado à opinião pública sobre seu próprio corpo e sua identidade. (BERNARDES, 2019, p. 69)

A concepção sobre a beleza no Brasil foi imposta sob a perspectiva de um olhar europeu, sustentada pela mídia até os dias de hoje. As pessoas que não se enquadram nesse padrão hegemônico sofrem com a exclusão e o preconceito. Atualmente, existem produtos químicos que possibilitam a aproximação dessas pessoas aos padrões, como os produtos que têm por finalidade alisar cabelos crespos e cacheados. Com isso, é possível dizer que utilizar o cabelo natural pode ser considerado um ato de resistência.

As pessoas negras que conseguem espaço em alguns setores da sociedade sofrem com a pressão de pertencer a um padrão estético. Quando pessoas negras são representadas na mídia é comum serem vítimas de atitudes racistas, como veremos a seguir. Porém os casos de racismo acontecem também internamente, quando a presença de corpos negros não é bem aceita. Recentemente, uma suspeita de caso de racismo contra a jornalista Basília Rodrigues, da CNN, ganhou destaque na mídia. Durante o trabalho remoto, a edição do jornal “Novo Dia” ocultou a imagem da comentarista política da emissora, quando ela participava ao vivo do programa. O fato ocorreu apenas com Basília, ou seja, as imagens dos outros jornalistas que trabalhavam de casa eram divulgadas normalmente. A medida foi tomada depois que uma funcionária

alegou a insatisfação de um editor, e disse que ela estaria “descabelada”. Testemunhas denunciaram que notaram uma diferença de tratamento em relação à jornalista que tem um Black Power.⁸ Acontecimentos como esse evidenciam a dificuldade da aceitação do cabelo afro nos meios de comunicação.

2.2 A representação racial na cultura midiática

Os veículos de comunicação dependem economicamente da publicidade. Para atrair a atenção da população, as empresas fazem grandes investimentos nas suas produções. No Brasil, o valor de um segundo de propaganda na televisão aberta pode custar até R\$ 56 mil⁹. Os produtos midiáticos, muitas vezes, expressam um olhar sobre as coisas, inclusive, sobre as questões sociais. Mas como a relação entre as emissoras e os anunciantes é financeira, é importante atentar-se às possíveis interferências nos conteúdos por grandes empresários. “Os produtos da cultura da mídia, portanto, não são entretenimento inocente, mas têm cunho perfeitamente ideológico e vinculam-se à retórica, a lutas, a programas e a ações políticas” (KELLNER, 2002, p. 123). Um importante papel social que pode ser exercido pela mídia é trazer reflexões para a sociedade.

No capitalismo, as relações de consumo afetam a constituição de identidade. Sendo assim, para se pensar em questões de representatividade, representação e refletir acerca dos abismos sociais, desigualdades, exclusões e violências, olhar para a mídia brasileira traz um potente cenário para a obtenção de respostas. A baixa representatividade de negros na publicidade, as formas estereotipantes em que esses sujeitos aparecem, em contraponto aos números que indicam a presença da população negra, corresponde a importante objeto de estudo sobre o racismo (MORENO, 2021, p. 20)

Observando a produção em massa de conteúdos, os programas televisivos podem ser considerados como produtos de uma “Indústria Cultural” (ADORNO; HORKHEIMER, 1947). Essa perspectiva nos permite explorar o aspecto comercial da produção cultural, sobretudo as que atingem as massas. A televisão e a propaganda oferecem modelos de identificação no

8

Disponível em: <https://almapreta.com/sessao/cotidiano/comentarista-politica-basilvia-rodriques-e-vitima-de-racismo-na-cnn>

9

Referente ao comercial do programa jornalístico Jornal Nacional. Disponível em: https://negocios8.redeglobo.com.br/Storage%20Planejamento%20Rede/Lista%20de%20Pre%20C3%A7os%20GLOBO%20NOVEMBRO%202021_v1.pdf

mundo contemporâneo, exaltando o modo de vida vigente (KELLNER, 2002). Ou seja, quando a TV se torna fonte de referência na construção da identidade, abre-se um caminho para criação ou preservação de valores sociais. Tendo em vista que no Brasil a televisão é mantida através de financiamento privado, há uma tendência das representações partirem da visão da classe dominante.

Em outro local, afirmamos que a televisão hoje em dia assume algumas das funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual (ou seja, integrar os indivíduos numa ordem social, celebrando valores dominantes, oferecendo modelos de pensamento, comportamento e sexo para imitação, etc.) (KELLNER, 2002, p. 304).

A televisão, desde a sua popularização, ocupa um espaço no imaginário social, o que pode representar um possível poder de controle na sociedade. Pois é um dos maiores produtores de imagem, sendo essa a ligação do indivíduo com o seu imaginário. Sendo o imaginário o elemento que impulsiona as pessoas, “a televisão é a forma eletrônica mais desenvolvida de dinamizar esse imaginário. Ela é também a maior produtora de imagens” (FILHO, 1994, p. 10). O caráter realístico que a televisão busca apresentar, muitas vezes, é recebido pela população como exemplo de modos de vida. As imagens veiculadas na mídia permitem que algumas pessoas tenham acesso a diferentes representações identitárias. Porém esse efeito não é necessariamente intencional, uma vez que os veículos de comunicação criam seus conteúdos para gerar lucro.

Mas constituir uma identidade substancial é trabalho que exige vontade, ação, compromisso, inteligência e criatividade, e muitas das identidades pós-modernas construídas com material fornecido pela mídia e pela cultura consumista carecem dessas características. (KELLNER, 2002, p. 334)

A televisão no Brasil se firmou como indústria no final do século XX, pois houve a modernização de métodos de produção e administração. Nesse período, houve também a profissionalização e a popularização, ocasionadas pelo barateamento dos aparelhos (BRITTOS, 1999, p. 15). A televisão se incorporou ao cotidiano dos brasileiros, devido a sua abrangência e a bem sucedida penetração dos seus produtos. Em 2019, a televisão estava presente em 96,3% dos domicílios brasileiros¹⁰. Dessa forma, de acordo com as concepções pós-modernas, a sociedade no Brasil sofre uma grande influência da mídia.

10

Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101794>

As narrativas construídas pela televisão, na maioria das vezes, buscam uma aproximação com a realidade. E isto não por valores, mas porque ela precisa vender seus produtos, logo, reproduzir a realidade permite que ela chegue mais perto das pessoas (COELHO, 1980, p. 41). Essa realidade é construída para não só agradar ao público, mas também para influenciá-lo, independente das consequências. Com isso, é possível que as imagens veiculadas na programação da TV, proporcionem uma falsa sensação de realidade no público. Os meios de comunicação ilustram um modelo de vida ideal e sugerem novas identidades a partir dos seus conteúdos, provocando impactos na sociedade pós-moderna.

Em vez disso, parece que a cultura da mídia continua fornecendo imagens, discursos, narrativas e espetáculos capazes de produzir prazer, entidades e posições de sujeito de que as pessoas se apropriam. Aos indivíduos de nossa época ela fornece imagens daquilo que é apropriado em termos de modelos sociais, comportamentos sexuais, estilo e aparência. Assim, fornece recursos para a formação de identidades e apresenta novas formas de identidade nas quais a aparência, o jeito de ser e a imagem substituem coisas como a ação e o compromisso na constituição da identidade, daquilo que alguém é. (KELLNER, 2002, p. 334)

Assim como os reality shows, as telenovelas são produtos midiáticos de grande sucesso no Brasil. Para Mercuri (2011), além do destaque dado aos folhetins na programação da TV aberta, que estão presentes em vários canais e em diversos horários, o formato da novela é capaz de atingir vários níveis sociais, podendo influenciar no modo de vida das pessoas. Uma das possíveis causas do sucesso da telenovela é a proximidade da ficção com a realidade. Os autores baseiam os destinos das tramas a partir dos interesses dos telespectadores. Antes da internet, a emissora realizava pesquisas de opinião para garantir o sucesso das produções. Logo, as novelas se apropriam da cultura, ao mesmo tempo em que são produtos culturais que interferem na cultura. Por causa do sucesso na programação televisiva, durante décadas, assistir novelas se tornou um costume popular no Brasil.

A telenovela faz parte da rotina dos brasileiros. E é por se reconhecerem em muitas dessas narrativas que, em alguns momentos, o real se mistura com o ficcional. Do mesmo modo que o telespectador se sente parte das tramas, as tramas também estão preocupadas em narrar as vivências do telespectador. Podemos afirmar que a relação entre telespectador e telenovelas é dialética, uma troca. (SILVA, 2020, p. 50)

A tentativa de representar a sociedade brasileira através das telenovelas é criticada por diversos grupos. Além do esforço para criar um falso otimismo nas pessoas, há também a clara falta de representatividade das minorias. A pesquisadora Samara Araújo da Silva constatou na sua pesquisa que nas produções das telenovelas do horário nobre, da Rede Globo, entre os anos

de 2000 e 2018, apenas 8% dos personagens eram representados por atores negros. Além disso, são destinados a esses personagens papéis que os colocam em uma posição de subalternidade, representando, na maioria das vezes, trabalhadores domésticos (SILVA, 2020, p. 51). São raros os protagonistas pretos na TV, em grande parte das produções os negros ocupam espaço de coadjuvante.

Quando indivíduos de pele escura conseguem empregar-se em redações de jornais ou em estações de televisão, mesmo que possam eventualmente ocupar uma função importante, são destinados a tarefas ditas “de cozinha”, isto é, aquelas que se desempenham nos bastidores do serviço, longe da visibilidade pública (SODRÉ, 1998, p. 24)

As novas mídias, motivadas pelos avanços tecnológicos, possibilitam uma fragmentação das produções de conteúdo. Atualmente, há um aumento do consumo de mídias na internet. Essa mudança no processo de comunicação possibilitou a criação de um espaço virtual, no qual indivíduos são conectados através de uma rede. Essa integração entre indivíduos possibilitou a realização de debates e a organização de grupos identitários. O acesso a redes sociais oferece suporte para que as pessoas possam expor e divulgar suas opiniões. O ciberespaço “consiste de uma realidade multidirecional, artificial ou virtual incorporada a uma rede global, sustentada por computadores que funcionam como meios de geração de acesso” (LÉVY, 2007, p. 92). Esses novos meios de comunicação, somados aos antigos, são chamados de mídia.

A expressão “comunicação de massa” é substituída então por *media*, ou mídia – englobando os velhos e novos meios: os meios massivos, os meios de acesso individual, enfim, tudo aquilo que serve para comunicar, para transmitir uma informação, criar uma imagem. E aí entram tanto o jornal impresso quanto o webjornalismo; tanto o teatro quanto a tevê; tanto os espaços da cidade quanto os nossos próprios corpos. (FRANÇA, 2012, p. 11)

O Big Brother Brasil é um dos produtos mais lucrativos no ramo do entretenimento da indústria televisiva. Um comercial de trinta segundos, nos intervalos da atração, custa mais de meio milhão de reais¹¹. Esse investimento é reflexo do sucesso de audiência do programa, que vem do interesse do público no formato. Mesmo sendo exibido apenas nos três primeiros meses

11

Disponível em:

[https://negocios8.redeglobo.com.br/Storage%20Planejamento%20Rede/PREC%CC%A7OS%20GLOBO%202021%20\(JAN%20FEV\).pdf](https://negocios8.redeglobo.com.br/Storage%20Planejamento%20Rede/PREC%CC%A7OS%20GLOBO%202021%20(JAN%20FEV).pdf)

do ano, o programa só não esteve entre os cinco assuntos mais pesquisados no ano de 2019¹². Apesar da proposta do programa ser simular a realidade, ele se adapta de acordo com o interesse da audiência. Como produto de uma indústria cultural, é moldado de acordo com os desejos de uma sociedade de consumo. Para isso, os acontecimentos dentro da casa são explorados ao máximo, para que tudo seja vendido como conteúdo.

Os reality shows e, neste momento, o Big Brother Brasil é um dos melhores exemplos de simulação. A promessa de realidade se esvai nas estratégias do programa, as regras, as provas, a edição e seleção de determinadas cenas que compõem cada programa geram um discurso carregado de signos ficcionais e reais. O programa transforma os participantes não em personagens reais, mas hiper-reais, exagerados, carregados de um sentido que ultrapassam ações e comportamentos reais. (DA SILVA; COSTA, 2012, p. 14)

Apesar do nome, os reality shows não possuem compromisso com a realidade. Além da própria dinâmica dos programas, outras questões afastam o ambiente criado na televisão do mundo real. No Big Brother Brasil, por exemplo, situações são criadas para que possíveis conflitos aconteçam. Dentro da reality-house, há uma equipe de direção que trabalha para que o produto tenha sucesso de audiência. Para isso, é construída uma narrativa para cada edição, o que pode transformar os participantes em personagens. Esse método é utilizado para construir um enredo e dessa forma cativar o público.

Para construir uma narrativa, alguns participantes são considerados “vilões” enquanto outros “mocinhos”. O Big Brother Brasil sempre evolui para uma disputa pela aceitação do público entre os participantes. Como mencionado no capítulo anterior, na disputa pela permanência na casa, os participantes decidem entre si quem irá para o “julgamento” do público. Os três participantes indicados para eliminação são sujeitos à escolha do telespectador, que elege o participante que deixará o programa. Ao colocar no telespectador o poder de decidir quem será eliminado do programa e, conseqüentemente, quem deverá permanecer e ganhar um prêmio, essa dinâmica faz com que alguns participantes sejam adorados e outros odiados pelo público.

Dentre essas formas estão a visibilidade de pautas importantes para grupos subalternizados. Algumas das vivências que os participantes experienciam dentro do reality show acontece de forma direta ou indireta nas vidas dos telespectadores.” (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020, p. 9).

12

De acordo com a ferramenta Google Trends, que divulga os assuntos mais buscados do ano, desde 2011. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/yis/2020/BR>

Em 2010, o diretor do Big Brother Brasil, José Bonifácio Brasil de Oliveira, deu uma declaração afirmando que encara os participantes do programa como peças de um jogo: “É um jogo cruel, em que o público decide quem sai. Ele dá o poder de o cara que está em casa ir matando pessoas, cortando cabeças. Não é um jogo de quem ganha”¹³. Por esse ponto de vista, podemos entender que os participantes com maiores índices de votação para serem eliminados são os que foram mais rejeitados pelos telespectadores. Porém, nem todas as eliminações significam que haja necessariamente uma rejeição do público, mesmo quando há porcentagem alta. Algumas decisões podem sofrer forte interferência dos fãs-clubes dos participantes que se empenham e podem decidir os resultados do “paredão”. Por tanto, nem sempre uma alta porcentagem significa que haja uma rejeição. Como já mencionado no capítulo anterior, o maior índice de votos para eliminar do programa é ocupado por mulheres negras. A participante Aline Tertuliano da Silva foi eliminada com 95% dos votos em 2005, a porcentagem foi superada pelos 99,17% de Karol Conká em 2021. Nestes casos, pode se dizer que são as campeãs nos índices de rejeição, considerando que suas trajetórias no programa geraram uma repercussão negativa no público.

2.3 Casos de racismo no Big Brother Brasil

Durante 19 anos de exibição, o Big Brother Brasil levantou o debate sobre questões raciais na mídia algumas vezes. O formato do programa proporciona que pessoas comuns possam expor suas opiniões em rede nacional. Como observamos no primeiro capítulo, a produção tende a esconder as câmeras, com a intenção de que o participante haja da forma mais natural possível. Essa espontaneidade nos permite notar evidências de uma sociedade estruturalmente racista nos diálogos dos participantes. É recorrente que falas racistas ocorridas no programa, repercutem na mídia nacional. Logo, o Big Brother Brasil pode ser considerado um meio de trazer ao público debates raciais, e nos possibilita observar como é a recepção desse assunto entre os fãs do programa.

Os casos de racismo que acontecem dentro da “casa mais vigiada do Brasil”, nem sempre geram uma revolta, ou sequer repercutem na mídia. Um dos fatores para isso é que, como vimos anteriormente, o Brasil é um país racista, com isso, as atitudes racistas já são

13

Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2010/03/709035-big-brother-nao-e-cultura-e-um-jogo-cruel-diz-boninho.shtml>

naturalizadas na nossa sociedade. Antes do acontecimento da 21ª edição, que irei analisar posteriormente, outros casos de racismo já tinham ganhado relevância na mídia. É interessante observar como a questão racial é explorada pelo programa e a repercussão do assunto nas redes sociais. Com isso, é possível verificar a recepção dos fãs do programa na internet em relação a esses temas. É perceptível o aumento de casos de racismo que ganharam repercussão, fora do programa. O assunto vem sendo trazido ao debate público com frequência. Nas edições 19, 20, e 21, a questão racial foi tema de discussões.

Em 2019, a pessoa escolhida como favorita dos fãs do programa, vencendo o programa, foi investigada por racismo e intolerância religiosa identificados nas suas falas durante o programa. Paula Von Sperling, uma mulher fenotipicamente branca, teve sucessivas atitudes racistas. Os discursos discriminatórios da participante aconteceram de forma natural, evidenciando a presença do racismo na sua construção como indivíduo. As atitudes da advogada vão desde associações a religiões africanas a algo negativo, como a utilização do termo “cabelo ruim” para designar cabelos crespos e cacheados. Nas redes sociais, internautas levantaram hashtags como #PaulaRacista, que reuniu comentários de críticos a respeito das atitudes da advogada (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020). Apesar da repercussão, Paula foi eleita a campeã da sua edição e foi premiada em 1,5 milhões de reais. Considerando que o vencedor é escolhido através de votação pública, é perceptível que a conduta da participante foi bem aceita pelos telespectadores do programa. É importante mencionar que o BBB 19, foi a temporada com a pior audiência na história do programa¹⁴.

Na vigésima edição do Big Brother Brasil, o programa passou por algumas alterações, dentre elas, a inclusão de celebridades. Os participantes foram divididos entre famosos e anônimos, o que movimentou as redes sociais. O isolamento social provocado pela pandemia do COVID-19 contribuiu para o sucesso da edição. Sobre a vitória da médica Thelma Regina, que é uma mulher negra, alguns pesquisadores acreditam que “esse fato representa uma conquista simbólica, em especial porque mulheres negras ocupando espaço de protagonismo ainda representam uma exceção” (ANDRADE; SANTOS; VELOSO, 2020, p. 14). Apesar disso, Thelma Regina sofreu diversos ataques racistas durante e após a exibição do programa. Em entrevista, a anestesista afirma que é importante denunciar o crime e que isso mostra que o Brasil é um país racista¹⁵. Considerando a edição anterior, é possível perceber que houve uma

14

Disponível em: <https://observatoriodatv.uol.com.br/audiencia-da-tv/bbb19-e-a-temporada-de-menor-audiencia-da-historia-do-reality>

15

mudança na escolha do público e possivelmente na audiência do programa. Isso porque a vencedora do BBB 19 possui um discurso contrário ao de Thelma Regina.

É importante destacar também, nesta edição, a participação do ator Babu Santana, que proporcionou, através de diálogos, informações sobre o racismo e o machismo. Como um homem negro e periférico, Babu Santana deixava claro que o pente garfo, que usava na cabeça durante a participação ao vivo no programa, era uma forma de protesto de se identificar com o seu grupo social. Apesar disso, a participante Ivy Moraes, em tom de deboche, perguntou aos seus amigos de confinamento, “quem pentearia o cabelo com um ‘trem’ desse?”, apontando para o pente do Babu¹⁶. Nesse momento, telespectadores do programa pediram a expulsão da participante nas redes sociais.

Visando o sucesso da edição anterior e influenciado por outras questões, já mencionadas no primeiro capítulo, o Big Brother Brasil 21 trouxe o maior número de participantes negros na história do programa. Apesar disso, a edição foi marcada pela rejeição histórica da participante Karol Conká, as inúmeras ameaças recebidas nas redes sociais da rapper geraram inclusive insegurança da participante em relação a sua integridade física. É importante compreender que a repercussão negativa em relação às suas atitudes no programa foram desproporcionais, o ódio direcionado a participante nunca foi visto em nenhuma outra edição do programa. Considerando o fato de que apenas dois anos antes, o público do reality escolheu uma pessoa com atitudes racistas vencedora, podemos acreditar que o fato de Karol ser uma mulher negra possa ter intensificado os ataques.

Outro fato ocorrido nesta edição, além do que será analisado a seguir, envolve uma acusação de “racismo reverso”, que teria sido praticado pela participante Lumena Aleluia. O processo foi movido por um vereador de São Paulo, que ao assistir o programa, acreditou que Lumena, que é uma mulher negra, estava sendo racista com uma participante branca. O termo “branquitude” foi considerado racista pelo vereador, que moveu uma ação no Ministério Público contra a participante. Antes de ter o processo anulado pela inexistência de racismo reverso, o denunciante desistiu de prosseguir com a queixa. Nesse momento, é importante mencionar que a participante já estava sofrendo rejeição do público. É necessário compreender também que, nas redes sociais, atacar quem já está com baixa popularidade no programa gera engajamento. Logo, pessoas que têm interesse em agradar um certo público podem se utilizar disso como palanque, ocasionado pela mobilização social que o programa gera.

Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8593029/?s=0s>

¹⁶

Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/blog/pop/ivy-babu-pente-polemica-bbb20/>

Casos de racismo no programa já geraram processos judiciais, porém, na história do programa, atitudes racistas nunca resultaram na expulsão de um participante. Em 2004, por exemplo, o programa exibiu cenas de ofensas raciais, praticadas contra uma participante negra durante uma discussão¹⁷. No caso em questão, Marcela de Mello Queiroz, que é uma mulher branca, chamou o cabelo da participante negra Solange Cristina Couto Maria de “pixaco”, fazendo referência ao termo racista “pixaim”. Nenhuma medida foi tomada contra a agressora, o que possivelmente não seria o resultado das atitudes nos dias de hoje. As ações, apesar de serem violentas, passaram despercebidas pela audiência do programa. Na edição de 2016, a produção do programa foi acusada de racismo ao utilizar um boneco que representava um homem negro, em que o seu cabelo era utilizado como esponja para lavar as vasilhas da casa. Na ocasião, o participante Ronan Oliveira, que tinha um Black Power, apontou o racismo e não deixou nenhum participante utilizar o objeto como esponja. Devido a repercussão, a Rede Globo declarou que o objeto integrava uma coleção, e que aquele boneco representava os anos 70, dentre outros que iriam ser inseridos na casa ao longo da temporada, representando outras décadas. Esse fato pode mostrar que a produção do programa não estava atenta às questões raciais, pois, se estivesse, saberia que qualquer comparação ao cabelo afro a esse tipo de objeto é ofensiva. Em 2021, o racismo voltou a ser assunto dentro da “casa mais vigiada do Brasil”, no próximo capítulo analisarei como esse assunto foi tratado pela emissora e pelos fãs do programa nas redes sociais.

3. O DEBATE RACIAL ENVOLVENDO O CABELO DO JOÃO

17

Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2019/05/sol-compara-ataques-racistas-do-bbb19-aos-da-sua-edicao-ha-15-anos-mais-intolerantes.html>

O Big Brother Brasil gera grande quantidade de conteúdo midiático por ser exibido ao vivo durante 24h. Além disso, a veiculação do programa é diária e cada edição propõe a criação (ou a continuação) de uma narrativa a respeito da vivência dos participantes dentro da casa. Cada ação dos confinados na *reality-house* é analisada pelos telespectadores e, dependendo do ato, pode resultar em uma repercussão negativa. Por não haver um filtro sobre o que é transmitido ao vivo, algumas atitudes no programa podem ofender pessoas e até afetar um grupo social. Na 19ª edição do programa, por exemplo, a participante Paula Von Sperling foi indiciada por intolerância religiosa ao sair do programa. A participante foi desrespeitosa ao mencionar entidades sagradas de religiões de matrizes africanas. Além disso, Paula afirmou ter medo do participante Rodrigo França, homem negro e candomblecista¹⁸. Recentemente, a questão racial voltou a ser discutida no Big Brother Brasil. Na 21ª edição, o participante negro João Luiz teve seu cabelo Black Power comparado a uma fantasia de “homem das cavernas”.

No terceiro capítulo, veremos como o acontecimento midiático possibilita observar a reação de um grande público em relação ao tema. Para isso, é necessário primeiramente compreender algumas dinâmicas do programa, pois o acontecimento foi gerado e repercutido por elas. Nas redes sociais, é possível encontrar a reação do público em relação ao fato. Nessa etapa, cinco comentários são selecionados para análise, delimitando o *corpus* da pesquisa. Para compreender a resposta do público ao conteúdo transmitido pela Rede Globo, é utilizado de conceitos metodológicos para compreender os discursos gerados no ambiente virtual. Por fim, é realizada a análise dos dados obtidos, procurando compreender os comentários selecionados e suas repercussões.

3.1 Delimitando o *corpus*

Para compreender como a questão racial estava entre os assuntos mais comentados no Brasil, é preciso analisar os discursos gerados dentro do Big Brother Brasil, que envolveu esse acontecimento midiático. Para compreender esses discursos como objeto de pesquisa é importante considerar as interferências que os diálogos gerados dentro programa de TV podem provocar. Portanto, as falas dos participantes que implicaram nesse acontecimento midiático serão observadas e refletidas. Para tentar compreender de que forma esse acontecimento pode ter impactado os telespectadores do reality, é importante encontrar canais de interação do

18

Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/noticias/tv,paula-von-sperling-do-bbb19-e-indiciada-por-intolerancia-religiosa,70002797021>

público com o programa. As redes sociais utilizadas pela emissora oferecem a criação de espaços para opinião pública. As publicações, na maioria das plataformas, possibilitam que o internauta escreva comentários de forma livre e prática. No caso do Big Brother Brasil, a Rede Globo mantém uma página própria do programa nas redes sociais, onde são publicados os principais acontecimentos do programa. O conteúdo que aborda a questão do cabelo do João, de forma mais completa, é um vídeo publicado nas páginas oficiais do Youtube e do Facebook do programa.

Em ambas as plataformas, o vídeo é o mesmo e traz um compilado de alguns episódios envolvendo a comparação do penteado do João com a peruca de um homem das cavernas. Procurando sempre verificar como a questão racial propagada pela grande mídia pode influenciar na sociedade, utilizei como critério de seleção do material o vídeo que alcançou um maior número de pessoas. Para comparação, a publicação no Youtube possui aproximadamente 6.100 visualizações e 1.500 comentários, enquanto o mesmo vídeo no Facebook foi visualizado cerca de um milhão e 600 mil vezes. Portanto, como o vídeo do Facebook provavelmente alcançou o maior número de pessoas, conseqüentemente, o impacto que ele pode ter gerado foi relevante. A publicação foi realizada no dia 7 de agosto de 2021, ou seja, quatro meses após o acontecimento. Possivelmente, a estratégia de publicar o vídeo com o compilado dos acontecimentos é uma forma de aproveitar os conteúdos gerados na temporada durante os meses em que o programa não está no ar. Para a pesquisa, esse atraso é interessante, pois possibilita observar a recepção do público sem a influência do “calor do momento”.

O suporte que possibilita entrar no corpus da pesquisa é a página do Facebook, na qual o vídeo está hospedado. Por isso, é importante analisar esse espaço virtual e compreender a sua estrutura. O perfil oficial do Big Brother Brasil no Facebook possui mais de 10 milhões de seguidores¹⁹. O vídeo que será analisado faz parte de uma lista de reprodução de 150 vídeos chamada “*Big Brother Brasil 21*”. No subtítulo, é informado que a intenção dos vídeos é relembrar os acontecimentos da edição 21 do programa: “*Relembre os acontecimentos do Big dos Bigs!*”²⁰. Em uma vista geral, os assuntos dos vídeos dessa lista de reprodução são variados. Os acontecimentos que são compilados nos vídeos abordam os temas que tiveram alguma repercussão.

19

No dia 14/04/2022, 10.914.175 de perfis do Facebook seguiam a página oficial do Big Brother Brasil.

20

Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/112443095489493/1186715541845475>

Além do vídeo, existe também, no mesmo espaço, uma pequena descrição do seu conteúdo, escrita pela equipe de comunicação da emissora:

Durante um Jogo da Discórdia no #BBB21, João abriu o coração sobre como se sentiu com um comentário do Rodolfo, comparando seu cabelo com a peruca do Monstro de homem das cavernas. No dia seguinte, antes do resultado do Paredão em que Rodolfo estava, Tiago Leifert conversou com o brother para explicar os fatos ► #RedeBBB. (BIG BROTHER BRASIL 21, A discussão entre João e Rodolfo que gerou debate na casa, 2021. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=1115901215901276>. Acesso em: 12 de março de 2022)

A sessão de comentários permite que os internautas expressem as suas opiniões sobre o tema tratado. Além disso, o espaço permite também a criação de diálogos entre os telespectadores do programa, possibilitando a constituição de uma comunidade virtual. Para tentar compreender a recepção do público em relação ao vídeo, que aborda a questão racial envolvendo o cabelo do João, é interessante selecionar os comentários que tiveram maior engajamento. Os comentários também oferecem espaços para interação virtual. No Facebook, os internautas podem se expressar por reações e respostas. As respostas proporcionam discussões entre os usuários e, neste caso, assim como os comentários, podem ser utilizadas por todos os cadastrados na plataforma. Para delimitar o objeto da pesquisa, apenas os comentários serão analisados, devido a abundante produção de discursos gerados pelas respostas.

As reações têm o objetivo de oferecer uma resposta mais rápida ao conteúdo do Facebook, em que uma pessoa escolhe um dentre os seis emojis disponíveis. Isso permite compreender os comentários que são mais aceitos ou menos aceitos pelos telespectadores que acompanham as redes sociais do programa. Portanto, os comentários que obtiverem o maior número de reações podem nos aproximar de uma opinião comum entre essas pessoas. Esse valor, entretanto, é variável considerando que o conteúdo ainda está disponível para ser comentado, curtido, respondido e inclusive apagado.

Buscando realizar um recorte, dentre os mais de nove mil comentários a respeito do vídeo, é importante destacar os que expressam uma possível opinião comum. Considerando que os comentários que tiveram mais curtidas podem representar de alguma forma a opinião da maioria das pessoas, foram selecionados os comentários que obtiveram mais de 1000 reações. Isso não impede a análise eventual de outros comentários, para tentar compreender alguns aspectos gerais sobre como o assunto é recebido pelo público do programa. Apesar de haver milhares de comentários, apenas três alcançaram mais de mil reações:

Comentário 1:

“Odeio esse vídeo Rodolfo é muito gente boa humilde”.

Data: 9 de agosto de 2021 às 12:37

Autora: I C

Reações: 1.600 - 1.400 curtidas

Comentário 2:

“O João errou! Porque ele não falou na hora. Qual o problema do cabelo. E a Camila não estava usando o cabelo dela? Tiago foi ridículo de externar a opinião dele. Ele não estava no jogo.”

Data: 17 de agosto de 2021, á 00:05

Autora: M M

Reações: 1.300 - 1.200 curtidas

Comentário 3:

“Rodolfo um cara humilde, até esse episódio o João "oportunista" era um dos meus favoritos, mas JOGOU SUJO, e veio todo mimizento e.... O resultado é isso que está aí, João? Quem é João??? Rodolfo? Ahhhh o Rodolfo do □ com cereja □.... Amooo □□”

Data: 8 de agosto de 2021 às 13:38

Autora: A V

Reações: 1.300 - 1.100 curtidas

Observando o conteúdo dos comentários com mais de mil curtidas, é visível que expressam opiniões semelhantes em relação ao acontecimento. Para uma análise mais abrangente, é necessário buscar a pluralidade dos discursos. A partir de uma “leitura flutuante” (BARDIN, 2011), nota-se que nenhum comentário que concorda com o discurso do participante negro obteve um número expressivo de reações. Buscando incluir uma outras percepções dos telespectadores, outros dois comentários serão incluídos na pesquisa: o comentário 4, por se tratar da opinião de um homem que se declara negro; e o comentário 5, que faz um elogio ao João:

Comentário 4

"Eu sou negro e tudo que o João falou é válido mas talvez eu teria falado pessoalmente com o Rodolfo não assim na frente de todo mundo"

Autor: D V

Data: 5 de setembro de 2021 às 22:52.

643 reações - 580 curtidas

Comentário 5

"João maravilhoso como sempre □"

Data: 1 de dezembro de 2021 às 16:25

Autora: R C A

Reações: 85 reações - 0 curtidas

Além dos comentários, o acontecimento midiático também integrará o corpus da pesquisa. Quatro cenas exibidas pela Rede Globo registraram as conversas dos participantes sobre a questão racial, relacionado ao embate entre os participantes João Luiz Pedrosa e Rodolfo Mathaus. Utilizando da análise do discurso (ORLANDI, 2009), é possível refletir sobre a produção de sentidos dos pelos diálogos.

3.2 Procedimentos metodológicos

Primeiramente, é importante identificar os textos presentes no material da análise. Buscando compreender os discursos gerados a partir desse acontecimento midiático, é possível identificar três objetos discursivos: o vídeo publicado pela emissora; os discursos dos participantes e do apresentador presentes no vídeo; e os comentários dos telespectadores do programa. Considerando o discurso como "uma forma em que as pessoas podem agir sobre o mundo e especialmente sobre os outros, como também um modo de representação."(FAIRCLOUGH, 2001, p. 91).

Para alcançar um resultado mais preciso seria necessário realizar uma análise dos discursos dos três objetos. Considerando a complexidade da questão, limito o *corpus* da análise parcial dos comentários dos telespectadores. Essa afinação pode ser capaz de compreender, mesmo que por alto, a recepção do público em relação ao fato. Logo, a metodologia de Análise de Discurso auxiliará à pesquisa, ao buscar uma compreensão destes comentários. Como esclarece Orlandi (2009), a análise do discurso nos permite compreender o não dito através de marcas presentes no discurso:

[...] a proposta é a construção de um dispositivo da interpretação. Esse dispositivo tem como característica colocar o dito em relação ao não dito, o que o sujeito diz em um lugar com o que é dito em outro lugar, o que é dito de um modo com o que é dito de outro, procurando ouvir, naquilo que o sujeito diz, aquilo que ele não diz mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras. (ORLANDI, 2009, p. 59)

Para tentar alcançar o resultado, os comentários serão utilizados na análise, considerando que eles podem expressar o pensamento do indivíduo que os produziram. Por isso, é necessário ir além da visão gramatical/linguística para compreender a construção desses pensamentos. É interessante notar que o texto obtido nos comentários é o produto final de uma construção que pode sofrer interferência de diversos fatores. Ainda de acordo com Orlandi (2009), na etimologia da palavra discurso, evidencia-se a ideia de curso, percursos. A análise do discurso possibilita compreender esse processo de comunicação.

A Análise do Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que vive. O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana. (ORLANDI, 2009, p. 15)

“A Análise de Discurso considera que a linguagem não é transparente. Desse modo, ela não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado. A questão que ela coloca é: como este texto significa.” (ORLANDI, 2009, p. 17) O método, porém, se divide em duas vertentes, a linha francesa e a linha inglesa. A primeira propõe realizar uma análise para buscar compreender os discursos, a outra visa o discurso como uma prática social capaz de ser utilizada para promover justiça social. A linha inglesa compreende que as práticas discursivas têm funções na sociedade capitalista.

Que funções seriam essas? Difícil não considerar a importância econômica do uso da linguagem: a linguagem usada para vender ideias, ideais e produtos. A linguagem é usada para entreter, para produzir e reproduzir uma cultura do ócio que amolda e domestica a massa. A linguagem instrumentalizada, tecnologicizada: “Aprenda a falar bem!” tornou-se um mote que sintetiza as necessidades de uma sociedade sob a égide capitalista e preocupada com a imagem. (COSTA, 2013, p. 2)

Considerando que o caso que motivou os discursos levantados na pesquisa envolve a questão racial, é necessário efetuar uma abordagem crítica. A abordagem metodológica terá como inspiração a ADC, por compreender que o racismo estrutural pode interferir na

construção dos discursos presentes no *corpus* da pesquisa. Rodrigues-Junior lista os pontos que a ADC permite observar:

A potencialidade dessa disciplina está em sua própria epistemologia, cuja fundamentação sugere que: (i) a linguagem é um tipo de prática social; (ii) os textos resultam de práticas sociais de seus produtores; (iii) os textos traduzem a desigualdade social em que se situam seus produtores; (iv) os significados textuais expressam-se por meio das interações entre produtores dos textos e seus leitores/ouvintes; (v) os traços linguísticos não são um conjunto arbitrário de formas e significados; (vi) esses mesmos traços linguísticos apresentam discursos ideologicamente camuflados; (vii) os usuários da língua adotam posicionamentos particulares frente ao discurso que produzem; (viii) por fim, a ideologia e as relações de poder, mormente presentes no discurso, tornam-se visíveis por meio de análise textual precisa e acurada. (RODRIGUES-JÚNIOR, 2009, p. 100)

Devido a complexidade do assunto, o trabalho não pretende se utilizar apenas de influências na análise de discurso para compreender essas percepções. As formações discursivas podem sofrer interferências de acordo com o meio em que são produzidas. Considerando que as opiniões expressas nos comentários ocorreram dentro de um ambiente virtual, é necessário compreender as peculiaridades deste local. O espaço digital que permite que haja uma comunicação entre os usuários, ou seja, possibilita a formação de redes de relacionamento, pode ser caracterizado como “comunidade virtual”. (RHEINGOLD, 1993, p. 5).

Por oferecer essa interação, a sessão de comentários do Facebook, pode ser compreendida como uma comunidade virtual. É importante destacar que os comentários retirados desse espaço não conseguem exprimir a opinião de uma comunidade existente fora desse meio. Logo, os comentários gerados nesse ambiente representam apenas aquele grupo de pessoas, que tiveram o interesse e a oportunidade de interagir com a publicação. É importante tentar compreender a reação desse público quando um problema social é apresentado. A análise pretende identificar as percepções desses indivíduos em relação a assuntos externos ao ambiente virtual, por esse motivo será realizada uma “pesquisa em comunidade online” (KOZINETS, 2014). Isso porque, procuramos, nesse ambiente, as reações de um determinado público a um evento midiático, que neste caso aborda a questão racial. “A netnografia é apropriada para o estudo tanto de comunidades virtuais quanto de comunidades e culturas que manifestam interações sociais importantes virtualmente”. (KOZINETS, 2014, p. 65) . Por isso, a netnografia será utilizada como uma metodologia para auxiliar a pesquisa nesse contexto.

Um estudo de um determinado grupo de notícias, de um determinado mundo virtual, de um tipo de comportamento em um website de rede social, de um padrão linguístico em um microblog, de um determinado tipo de padrão de vinculação em blogs: todos esses são exemplos de pesquisa relacionada com comunidades online”. (KOZINETS, 2014, p. 72).

A netnografia nos oferece ferramentas que possibilitam a coleta de dados e análise em ambientes virtuais. As interações na seção de comentários são superficiais, por isso, não possibilitam a formação de uma relação profunda entre os participantes. Em um contexto de mediação tecnológica, esses diálogos acontecem entre desconhecidos, unidos pelo interesse no reality show. É importante mencionar também que a pesquisa online enfrenta obstáculos. O material que o meio digital nos oferece, pode ser incerto, por fatores como: falta de acessibilidade digital — o meio digital oferece acesso às opiniões apenas de quem possui acesso a ela; a alteração — o material presente neste espaço pode sofrer alterações como exclusão ou modificação; o anonimato — a facilidade da criação de perfis e opiniões falsas, entre outros (KOZINETS, 2014, p. 70). Logo, é importante considerar esses fatores e ter em mente que podem estar presentes no material, para não interferir nos resultados.

Entretanto, as comunidades virtuais trazem algumas facilidades para a pesquisa, como abundância de conteúdo e acesso fácil ao material. A netnografia possui similaridade com a pesquisa etnográfica, o que possibilita algum grau de imersão no grupo pesquisado. “A netnografia, portanto, segue estes seis passos da etnografia: planejamento do estudo, entrada, coleta de dados, interpretação, garantia de padrões éticos e representação da pesquisa” (KOZINETS, 2014, p. 62).

Para encontrar o objeto de pesquisa, a netnografia possibilita um processo de entrada nos meios digitais. Para extrair os possíveis impactos que o caso do João causou nas redes sociais, selecionarei o material criado pela própria emissora nos meios digitais. Fazendo o planejamento do estudo, identifico as redes sociais utilizadas pelo programa e seleciono o Facebook, pelo maior alcance. Como procedimento de entrada, os mecanismos de buscas foram essenciais para chegar no *corpus* da pesquisa. No Facebook, ao pesquisar os termos “cabelo” e “João”, na aba “Vídeos”, o primeiro resultado é o vídeo da página oficial do programa, produzido pela equipe do BBB.

Alguns procedimentos da netnografia podem facilitar a coleta de dados em ambientes virtuais. Tendo em vista os fundamentos da captura e coleta de dados online (KOZINETS, 2014), podem ser retirados do ambiente virtual três tipos de dados: os dados arquivais, dados extraídos e os dados de notas. SILVA (2014) explica sucintamente a função de cada um:

A primeira coleta consiste em copiar diretamente de comunicações mediadas por computador dados da página, blog, site da comunidade ou grupo observado, assim como fotografias, trabalhos de arte e arquivos de som, dados cuja criação e estimulação o pesquisador não esteja diretamente envolvido. A segunda coleta refere-se aos dados extraídos que o pesquisador cria por meio da interação com os membros, tais como dados levantados por meio de entrevistas por correio eletrônico, bate papo, mensagens instantâneas etc. O terceiro tipo de coleta diz respeito às notas de campo experienciadas pelo pesquisador, sobre as práticas comunicacionais dos membros das comunidades, suas interações, bem como a própria participação e o senso de afiliação do pesquisador etc. (SILVA, 2014, p. 2)

Os primeiros dados recolhidos são imagens da tela com os comentários selecionados para pesquisa. Considerando que as informações presentes no ambiente virtual podem sofrer alterações, os *prints* permitem o arquivamento dos dados. Além disso, esse material foi gerado pelos participantes da comunidade, sem a interferência do pesquisador, se aproximando da definição de dados arquivais. Os dados extraídos serão gerados a partir da interação do pesquisador com os perfis que veicularam os comentários destacados, como será explicado mais adiante. Os dados de notas oferecem um espaço para o pesquisador detalhar o processo de imersão em um grupo online. No campo de comentários do Facebook as relações geradas são superficiais, isso afeta a compreensão de uma formação de um grupo. Por esse motivo, o esse espaço virtual impede a elaboração dos dados de notas.

Buscando encontrar os comentários que demonstram receber maior apoio dentre os outros participantes do grupo, recorro à ferramenta de reações da plataforma. Atualmente, as reações disponíveis para interação são: “Curtir”, “Amei”, “Haha”, “Uau”, “Triste”, “Grr”. Segundo a plataforma, essa interação indicaria como a pessoa se sente quanto ao conteúdo de uma publicação ou anúncio²¹. O botão de curtir é um emoji de uma mão com o polegar erguido, que representa o sinal de positivo. Procurando por uma opinião geral, dentre os participantes daquele grupo, delimito a análise apenas aos comentários que possuem mais de mil curtidas.

Além desse critério, para buscar um contraponto em relação a opinião geral, dois comentários foram adicionados à pesquisa. Ao fazer uma breve análise do material, é possível notar que há uma hegemonia dentre os discursos oferecidos. Considerando que a publicação possui mais de nove mil comentários, foi relativamente difícil encontrar um comentário que defendesse o João. Considero selecionar um comentário de um homem racializado, que obteve mais de 600 curtidas. E o primeiro comentário que não criticava o participante negro, considerando a ordem por relevância disponível pela plataforma.

21

Disponível em: <https://www.facebook.com/business/help/368656903954046>

Para essa pesquisa, é interessante utilizar duas maneiras de extrair essas informações: a primeira é relacionada ao material disponibilizado pelos perfis de usuário; a segunda por meio de um contato com os participantes dessa comunidade online. Sendo assim, utilizo uma das ferramentas do Facebook para tentar realizar o contato com os autores dos comentários, o “messenger”. O contato com a comunidade online pode trazer benefícios gratificantes para um conhecimento e uma conexão significativos (KOZINETTS, 2014, p. 105). Com essa interação, é possível adquirir mais informações sobre quem são essas pessoas, colaborando para uma análise mais completa. Entretanto, dos cinco participantes contactados, apenas um respondeu à solicitação e esteve aberto ao diálogo.

A análise dos dados obtidos em comunidades online pode sofrer interferências, pois não há nada que certifique que o conteúdo dentro dela seja verídico. Ou seja, as informações levantadas por esse meio podem não representar a vida real. Kozinets (2014) chama esse fenômeno de anonimato.

Em uma realidade textual, o anonimato, às vezes vantajoso para a obtenção de revelações, também pode impedir-nos de ter a confiança de que entendemos o contexto de nossas comunicações. De que idade, sexo, etnia é a pessoa que está se comunicando conosco? Como podemos comparar a diferença entre membros da cultura? Como se relacionam os mundos dentro e fora da internet? Pode ser difícil vincular definitivamente os dados retirados exclusivamente de uma comunidade online a determinados gêneros, classes sociais, idades e raças. (KOZINETTS, 2014, p. 62)

A busca por um levantamento acerca das identidades dos sujeitos que emitem um discurso seria interessante para a pesquisa. Porém, não se pode atestar a veracidade dos dados extraídos para a pesquisa, por isso, a pesquisa revela hipoteticamente a recepção desse grupo em relação ao tema. O nome do usuário, as informações pessoais, a foto do perfil e inclusive o discurso que ele manifesta, podem não condizer com a realidade fora da *internet*. Porém, para tentar entender quem são os sujeitos que integram essa comunidade, é preciso ir além dos dados. Pois, ao compreender os comentários como discursos, é possível compreender aspectos da identidade de quem a produz.

Buscando realizar uma netnografia ética, os usuários serão identificados com a primeira letra do nome e sobrenome. Além disso, as imagens dos usuários também serão preservadas, e apagadas dos dados de pesquisa. Apesar de considerar que “os participantes de comunidades online estão, de certa forma, criando e contribuindo para um texto contínuo, complexo e publicamente disponível” (KOZINETTS, 2014, p. 136), acredito que manter o anonimato desses indivíduos não influencia na pesquisa. Porém, outros aspectos da identidade

dos participantes que estão disponíveis na plataforma serão utilizados, como: localização, escolaridade, cidade natal, entre outros.

3.3 Análise do acontecimento envolvendo o cabelo do João

Durante a exibição de uma temporada do programa, alguns acontecimentos podem ganhar repercussão nacional. No contexto de racismo estrutural, casos como o mencionado estão presentes na sociedade brasileira, e muitas vezes não recebem a atenção necessária. Compreendendo o conceito de acontecimento como “fatos que ocorrem a alguém; que provocam a ruptura e desorganização, que introduzem uma diferença” (FRANÇA, 2012, p. 14), pode-se afirmar que o Big Brother Brasil consegue transformar esses acontecimentos em espetáculos midiáticos.

Um exemplo desse efeito ocorreu no dia 5 de abril de 2021, quando o participante João Luiz relatou que se sentiu ofendido ao ter o seu cabelo comparado com a peruca de uma fantasia de homem das cavernas. Em tom dramático, como um desabafo, o participante João Luiz expôs que se sentiu desconfortável com o comentário feito pelo cantor Rodolfo Matheus. Neste momento, o programa era transmitido ao vivo para milhões de brasileiros e o sertanejo reafirmou que a peruca era semelhante ao penteado afro do João. O momento foi resultado de uma sucessão de acontecimentos, todos televisionados. Após a exibição do programa, os nomes “João” e “Rodolfo”, foram os termos mais utilizados no Twitter²², respectivamente. Além disso, outros termos como “racismo” e “reafirmou” também estavam sendo calculados entre os mais discutidos entre os usuários da plataforma. Com isso, pode-se entender que o relato de João Luiz, dentro do Big Brother Brasil, se tornou um acontecimento da mídia.

Um episódio de uma telenovela ou uma postagem no Twitter pode se tornar um acontecimento tanto quanto um caso de corrupção no Congresso Nacional ou uma partida inacreditável no final de um campeonato de futebol (embora isso não signifique que eles venham a ter o mesmo impacto ou se equivaler). E aqui o importante é frisar que não existe lugar definido para a ocorrência daqueles fatos que vão “acontecer a alguém”, penetrar na experiência de uma coletividade, interromper a normalidade do seu cotidiano. (FRANÇA, 2016, p. 16)

Para compreender melhor esse acontecimento, é necessário retornar ao formato do programa, pois a situação foi gerada por dinâmicas propostas pelo *reality show*. A parte mais significativa do fato ocorreu durante uma dinâmica chamada “Jogo da Discórdia”. O evento

22

Disponível em: <https://getdaytrends.com/pt/2021-04-06/3/>

acontece às segundas-feiras sendo transmitido ao vivo pela Rede Globo. É evidente que a intenção da atividade é tentar gerar algum atrito entre os participantes. Toda semana, é elaborado um esquema para que os confinados entrem em confronto, algumas vezes o apresentador do programa chega a interferir, pedindo comprometimento entre os adversários. No episódio em que a questão racial foi levantada, os participantes eram obrigados a apontar quem é o “melhor jogador”; quem é o “pior jogador”; e quem está “jogando sujo”. Provavelmente para deixar a ação ainda mais dramática, o jogo dispunha de uma placa com caricaturas que representavam os participantes. Cada participante deveria fincar três flechas de plástico na caricatura de outros confinados. Dessas três, cada uma possuía uma cor que traria um significado: a flecha azul representa o “melhor jogador”; a vermelha o “pior jogador”; e a verde quem “joga sujo”.

A peruca que motivou o acontecimento faz parte do figurino de outra dinâmica no jogo chamada “castigo do monstro”. O poder de indicar alguém ao “castigo” é dado ao participante que ganhou a “prova do anjo”, como mencionado no primeiro capítulo. Muitas vezes, os temas dos castigos colocam os participantes selecionados em uma condição vexatória. Em seu livro “Rituais de um Sofrimento” (2011), Silvia Viana Rodrigues, faz uma crítica às situações de violência sofridas pelos personagens do *reality*:

De fato, trata-se de uma jornada total, pois os participantes ficam à disposição para qualquer “evento” inventado pela produção. Uma das formas de humilhação cotidiana é o “monstro”, em que o vencedor da “prova do anjo” — que entrega um “colar de imunidade” para outro participante não ir ao “paredão” — escolhe duas pessoas para algum castigo (sic). Geralmente os castigados devem permanecer com fantasias ridículas (galinhas, por exemplo) ao longo de dois ou três dias e realizar alguma ação sem sentido (correr para fora da casa e cacarejar, por exemplo) a qualquer hora que um sinal tocar, inclusive nas madrugadas. (RODRIGUES, 2011, p. 49)

Na décima semana do Big Brother Brasil 21, os vencedores da prova do anjo, Gilberto Nogueira e Fiuk, escolheram para cumprir o castigo do monstro os participantes Caio Afiune e Rodolfo Matthaus. Nesta semana, o tema foi “Monstro Idade da Pedra”. Os castigados deveriam vestir trajes do tempo das cavernas e, ao tocar o sinal sonoro, os castigados deveriam ficar de pé em uma estrutura no gramado e lá permanecer até o som parar. Além da vestimenta e de um tacape, a fantasia inclui uma peruca com cachos desgrenhados e algumas representações de ossos enrolados em algumas mechas. O exagero no visual da fantasia evidencia uma essência caricaturesca, justificando o sentimento do João ao ter o seu cabelo comparado à peruca.

É interessante também apresentar os participantes envolvidos nesses diálogos. João Luiz Pedrosa é um homem preto, homossexual e professor de Geografia na rede pública. Pelo fato do participante ser um homem negro e gay, pode-se fazer necessário compreender o termo interseccionalidade (COLLINS, 2001).

Em vez de somar identidades, analisa-se quais condições estruturais atravessam corpos, quais posicionalidades reorientam significados subjetivos desses corpos, por serem experiências modeladas por e durante a interação das estruturas, repetidas vezes colonialistas, estabilizadas pela matriz de opressão, sob a forma de identidade (AKOTIRENE, 2019, p. 27)

Por não ser uma pessoa famosa, ele entrou no grupo dos “pipocas”. Durante a participação no programa, João Luiz ganhou três milhões de seguidores no Instagram, o que lhe atribuiu um *status* de celebridade repentinamente. Entendemos, de forma quase literal, que “celebridades” são pessoas que — por razões diferenciadas — se tornam amplamente conhecidas e, além disso, admiradas (ou detestadas), provocam sentimentos de adesão e/ou repulsa, são tomadas como modelos (ou contra-modelos), suscitam formas distintas de celebração. (FRANÇA; SIMÕES, 2020, p. 15).

Camilla de Lucas foi participante do grupo dos camarotes. Quando entrou no programa, já fazia sucesso como “influencer digital” com milhões de seguidores nas redes sociais. Camilla de Lucas veicula conteúdo voltado à beleza feminina, sobretudo para mulheres pretas. O vídeo mais famoso da influencer é do ano anterior à exibição do programa, intitulado “TESTEI a BASE da BOCA ROSA BEAUTY em PELE NEGRA! | CANSEI!”, com mais de quatro milhões de visualizações.

Juliette Freire é uma mulher branca, que atuava como advogada e maquiadora e foi a vencedora da edição. Apesar de entrar como anônima, sua participação no Big Brother Brasil a transformou em uma celebridade de grande sucesso no Brasil. Durante a exibição do programa, ela passou a ter 24,4 milhões de seguidores no Instagram, se tornando a participante mais seguida da história do BBB. É interessante que essa participante também comparou a peruca da fantasia ao cabelo do João. Porém, nem ele e nem o público repercutiram muito a sua fala em relação ao fato.

Rodolfo Mathaus, também chamado de “Bastião”, é um cantor sertanejo, que já era bastante conhecido no nicho como parte da dupla “Israel & Rodolfo”. É importante verificar com atenção a heteroidentificação racial do participante, que não se considera branco, por sua ascendência. O cantor disse, ao tentar se justificar após ter reafirmado a ofensa contra o João,

que seu cabelo também é crespo e que faz procedimentos estéticos para alisá-lo. Entretanto, é visível que, com as modificações, o cantor sertanejo adquiriu características físicas de um homem branco, para o padrão brasileiro. Ele pode ter tido experiências enquanto homem pardo, antes das transformações. Apesar disso, é necessário compreender a forma como ele foi apresentado ao público do Big Brother Brasil, pois é a reação deste público que será analisada. Logo, Rodolfo é um homem heteroidentificado como branco ao entrar no programa.

Por se tratar de um *reality show* em que os participantes são filmados por 24h, todos os acontecimentos são captados e ficam à disposição do público. Como o objetivo da pesquisa é observar a recepção do público quando são levantadas questões raciais na mídia, serão analisadas as reações aos materiais transmitidos pela emissora. É importante considerar que o desenvolvimento da narrativa é construído a partir de uma edição, podendo ou não sofrer influências da direção do programa.

O debate racial acerca do cabelo do João, foi gerado devido a quatro episódios dentro da *reality-house*²³. O fato pode ser considerado um acontecimento, pois, “rompe o esperado, a normalidade; ele quebra uma sequência e, num primeiro momento, desorganiza o nosso presente. Ele penetra sem aviso prévio, e gera um impasse.” (FRANÇA, 2012, p. 14). Considerando que o ocorrido deu-se por meio de um veículo de comunicação de massa, pode-se dizer que a comparação do cabelo do João e suas consequências foram um acontecimento midiático. Para tentar compreender as causas e consequências do acontecimento, é preciso analisá-los em ordem cronológica. Todos os diálogos apresentados a seguir foram transmitidos pelo programa e estão disponíveis para visualização na plataforma Globoplay.

Tudo se iniciou na sexta-feira, dia 03 de abril de 2021, quando a produção enviou a fantasia dos indicados ao “castigo do monstro” da semana. Ao receberem os trajes, Caio e Rodolfo foram se vestir no quarto com a ajuda de outros dois participantes: João Luiz e Juliette Freire. Dentro do quarto, os participantes analisam os elementos da fantasia, sempre em tom de brincadeira. Até que, ao colocar a peruca, Rodolfo diz: “Bastião, você ficou bacana, você estava precisando de cabelo aí, ó. ‘Nós tá’ com cabelo quase igual ‘o’ do João.” Neste momento, João, passando a mão na peruca do Caio, começa a dizer uma frase, mas é interrompido: “Mas é horrível quando vocês falam...”. Completando a fala do Rodolfo,

23

As quatro cenas que envolveram o acontecimento midiático em questão, estão disponíveis na plataforma “Globoplay”. Parte 1 disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9408900/>. Parte 2 disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9408906/>. Parte 3 disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9412618/>. Parte 4 disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>

Juliette interrompe João para dizer: “Um *black power*”. Em seguida, João responde: “Não. Não é. É diferente”. Neste momento, é possível evidenciar uma ruptura. Juliette se retrata e procura amenizar, dizendo: “Não, não é. Mas se tivesse curto e bem feitinho, e aparado, e muito arrumado”. Apesar de presenciar a cena, os participantes Caio e Rodolfo parecem ignorar esse acontecimento e brincam com a fantasia.

Esse fato desencadeou o segundo episódio, no sábado, 4 de abril, quando João contou para Camilla de Lucas sobre como se sentiu ao ter o cabelo comparado ao da fantasia. Camilla foi uma amiga do João dentro da casa, que ganhou certo *status* de confidente. Esta foi a primeira vez que o participante externalizou o incômodo, ao encontrar a amiga na dispensa.

Não, é que eu fiquei muito desconfortável hoje. Uma hora ali no quarto, e eu não consegui falar o que eu tava sentindo na hora, porque eu fiquei muito assustado, assim. Eu estava ajudando os meninos a colocar a roupa do monstro, e, na hora de colocar peruca, o Rodolfo falou assim: ‘Nossa, meu cabelo tá igualzinho o do João. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do participante João Luiz Pedrosa, exibido em 4 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9408906/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Após contar o que houve no quarto, João expressa várias vezes que o acontecimento o deixou chateado:

Aí eu fiquei tipo... Mas eu fiquei muito desconfortável e eu acho que eu não consegui, tipo, falar porque eu não achei legal, sabe?! Eu acho que ele nem percebeu que eu não achei legal, foi muito chato, sabe? Porque eu fiquei pensando, tipo, cara, eu não sou homem das cavernas só porque meu cabelo é desse jeito, entendeu? (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do participante João Luiz Pedrosa exibido, em 4 de abril de 2021. Disponível em: https://globoplay.globo.com/v/9408906. Acesso em: 12 de março de 2022)

Neste ponto, fica claro que o descontentamento do João pode nem ter sido percebido pelo autor da comparação. A falta de reação ao lidar com uma situação de racismo é um fato compartilhado entre os dois e o diálogo continua. Esse é um exemplo de uma troca de experiências vivenciadas por um grupo social, como explicado no capítulo anterior.

A partir desse momento, João e Camilla têm um diálogo sobre algumas de suas vivências como pessoas pretas, sobretudo relacionadas ao cabelo. Camilla conta que sempre está preparada para responder a esses tipos de ataques, mas que na hora fica sem reação. A blogueira conta que: “Quando acontece essas coisas, a gente às vezes se programa tipo assim: ‘Ah, se alguém falar do meu cabelo...’”. E João completa: “Eu vou falar isso, isso e isso...”. Camilla continua: “Da minha cor...” Nesse momento, João começa a se emocionar e completa: “Entendeu? Na hora que aconteceu, eu fui para um lugar na minha cabeça que eu não imaginei

que eu precisaria acessar, entendeu?! E, ao mesmo tempo, eu não quero estar nesse lugar de ficar toda hora corrigindo.” Reafirmando a identificação, Camilla diz: “Eu sei”.

Então os amigos se abraçam e começam a discutir sobre o fato de terem que estar sempre na posição de corrigir o racismo dos outros. João relata que:

Mas, às vezes, eu acho que eu não preciso ficar corrigindo as pessoas, sabe?! As pessoas precisam perceber que isso é errado, não sou eu quem tá falando, que saco! Entendeu? É que eu não queria passar por isso aqui, entendeu? E nem de ficar tipo sendo o ‘chatão’ que fica falando, não é chato, entendeu? É uma coisa que eu senti, entendeu? E aí não, não foi legal, não foi legal, eu não quero ficar nesse lugar de correção, porque as pessoas precisam aprender. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do participante João Luiz Pedrosa, exibido em 4 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9408906/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

A conversa termina com expressões de carinho entre os participantes. Camilla diz: “Seu cabelo é lindo... você é lindo, ai... é sério! Não tô brincando.” Isso demonstra a tentativa da influenciadora digital de fazer o seu amigo se sentir melhor. Nesse mesmo dia, houve uma festa para os participantes, como de costume aos sábados. Especificamente no dia 4 de abril, o show foi da cantora Ludmilla. Durante a sua apresentação, a cantora disse: “Respeita o nosso cabelo”. Nas redes sociais, o ato da cantora gerou grande repercussão e muitos internautas associaram a fala dela ao ocorrido com João.

O terceiro episódio foi o que gerou maior repercussão, podendo até provocar certo impacto social. O fato ocorreu em uma apresentação ao vivo do “Jogo da Discórdia”, no dia 5 de abril. Durante sua participação na dinâmica em que deveria escolher quem seria o “melhor jogador”, o “pior jogador” e quem “joga sujo”, João decide expor ao restante do pessoal da casa como se sentiu. João começa dizendo como se sentiu em relação ao comentário feito pelo participante Rodolfo:

A maioria aqui pode nem saber, mas no sábado aconteceu uma situação no quarto cordel que estava eu, Caio, Rodolfo e Juliette. E eu tô dizendo isso aqui agora porque para mim é um momento de muita coragem, de poder estar falando sobre isso aqui agora. Mas o Rodolfo chegou a fazer uma piada comparando uma peruca do monstro da pré-história com meu cabelo, então isso, para mim, tocou no ponto muito específico, porque o jogo ele pode ser sim, de coisas que a gente vive aqui dentro, mas ele também tem que ser um jogo de respeito, e eu daria mais quatro flechas daquela. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do participante João Luiz Pedrosa, exibido em 5 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9412618/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Ao terminar a sua fala, enquanto se dirigia de volta para o banco em que estava sentado, o apresentador Tiago Leifert dá a oportunidade para Rodolfo se defender: “Rodolfo, quer

dizer alguma coisa, Rodolfo?”, diz o apresentador. Rodolfo então utiliza desse espaço para reafirmar a ofensa, agora perante todos os participantes. Mesmo após João dizer que aquela fala o “tocou em um ponto muito específico”, o cantor sertanejo disse: “Cara, se todo mundo observou como que era a peruca do monstro, acredito eu que é... é um pouco semelhante, e não tem nada a ver isso”. Neste momento, João o interrompe: “Não é, cara. Não é”. Na tentativa de finalizar o assunto, Rodolfo diz: “Não, beleza!”. Mas João continua: “Aquele hora lá no quarto, Rodolfo, eu me calei, eu fiquei calado lá dentro, eu não falei nada, mas você não sabe o quanto ‘que’ aquilo que você falou me machucou, me machucou muito”. Durante essa fala, João começa a se emocionar, o que cria um ambiente ainda mais dramático na dinâmica. Rodolfo diz então que não houve a intenção e João rebate:

Mas então, é aí que você não tá entendendo. Por que que não é mais fácil para você reconhecer que você errou, cara? Você fala para mim que é semelhante, você acabou de afirmar, você tá reafirmando a mesma coisa que você falou. Eu não sou, eu não tô no desenho animado, não sou a Pedrita para ficar usando peruca de pré-história. Tem osso no meu cabelo? Não tem não, irmão. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do participante João Luiz Pedrosa, exibido em 5 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9412618/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Rodolfo continua tentando se justificar: “Mas eu... Mas, por exemplo, eu não sabia disso, mano. Eu não sabia”. Então João diz algo sobre a sua vivência que pode ser compartilhada por outros negros do Brasil: “Você não sabe, você pode não sentir. Mas eu sinto isso aqui todos os dias, desde o dia que eu nasci, velho”. Neste momento, João abaixa a cabeça e começa a chorar.

A cantora de funk Pocah, participante da edição, intervém e diz: “O máximo era pedir desculpa, né? O mínimo era pedir desculpa”. Mesmo assim, Rodolfo persiste em dizer que ele não sabia de nada. E ela reitera: “Mas agora você tá sabendo, você tá tendo a oportunidade de pedir desculpas”. Então Rodolfo finalmente pede desculpas: “Desculpa, cara. Perdão...”. E Pocah continua: “Não só a ele”. Então o cantor sertanejo completa: “Todo mundo, desculpa”. É interessante compreender que a funkeira é uma mulher parda e mãe de uma criança negra, e durante conversas na casa a cantora contou que sua filha já sofreu preconceito por causa do seu cabelo na escola²⁴.

João continua de cabeça baixa e chorando enquanto é amparado por outros participantes. Até que novamente o apresentador intervém e diz diretamente para João que irá

24

Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/racismo-na-infancia-debate-ganha-folego-apos-caso-relatado-no-bbb/>

fazer um intervalo. Então João levanta e vai para a cozinha tomar uma água enquanto a câmera o segue. O programa então faz um intervalo e a dinâmica continua com outros participantes após os comerciais. Camilla de Lucas aproveita o seu momento no “jogo da discórdia” para falar sobre o ocorrido e diz que ela também se sentiu mal ao saber da comparação da peruca ao cabelo do João. Talvez imaginando a repercussão, a blogueira que está em processo de transição capilar, disse, como se estivesse justificando o motivo de usar peruca:

Hoje eu uso peruca porque eu quero voltar com meu cabelo natural, que é igual ao do João. Então, isso que você fez com ele me deixou mal. E o que cansa a gente é essa coisa de você não saber o que é, porque as justificativas sempre são essas. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala da participante Camilla de Lucas, exibido em 5 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9412618/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Rodolffo se defende dizendo: “O cabelo do João é igualzinho ao do meu pai. Se fosse para machucar, você acha que eu queria machucar o meu pai?”. Camilla rebate dizendo que ele é um homem jovem com acesso à informação e que poderia estar mais ciente da causa.

O quarto e último episódio é a eliminação do cantor sertanejo Rodolffo Matthaus e o discurso do apresentador Tiago Leifert. Como de praxe, todas as eliminações são antecedidas por um discurso do apresentador do programa. No dia 6 de abril, antes do discurso de eliminação, Tiago resolveu conversar com os participantes sobre o acontecimento da noite anterior, provavelmente motivado pela repercussão fora da casa. Assim que já estivesse encerrada a votação, o jornalista começa sua fala tentando se distanciar da sua posição como apresentador:

Hoje eu vou desligar o modo apresentador um pouco da pausa no jogo. E falar como fã de vocês, como a pessoa que tem o privilégio de ser a única pessoa que fala com vocês durante essa temporada e eu gostaria de tá aí dentro para conversar com vocês. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do apresentador Tiago Leifert, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Normalmente, após o encerramento da votação, o apresentador só fala com os participantes no discurso de eliminação. Então, o apresentador se dirige ao Rodolffo de forma bastante amistosa: “Eu queria falar com meu amigo Rodolffo.” Durante sua fala, Tiago diz que ficou preocupado com a forma com que o cantor sertanejo se defendeu, e ainda criou uma justificativa para o ato do participante dizendo que ele foi pego de surpresa:

Vendo a forma como você se defendeu na hora, quando você foi... você foi pego de surpresa claramente. Mas a forma como você se defendeu me preocupou, e por isso que eu tô aqui para conversar com você de homem branco para homem branco. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do apresentador Tiago Leifert, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Um ponto interessante a ser analisado é quando o Tiago afirma para Rodolfo que ambos são homens brancos ao dizer: “Tô aqui para conversar com você de homem branco para homem branco”. O apresentador conta que, apesar de loiro, possui o cabelo crespo, e que já sofreu *bullying* por isso. Neste momento, Camilla de Lucas começa a chorar, e Tiago dirige a palavra a ela dizendo que tanto a blogueira quanto o João podem interromper caso queiram complementar algo da sua fala ou corrigi-lo. Tiago faz um discurso apontando a importância histórica do penteado *black power*, falando sobre a importância da reivindicação da utilização do cabelo natural por comunidades negras. O apresentador menciona Camilla e João ao falar sobre a segregação racial nos Estados Unidos da América: Até pouquíssimo tempo atrás, uma pessoa como João, como a Camilla, nos Estados Unidos, que era o país mais livre do mundo, tinham que levantar do banco para um branco sentar.” O apresentador segue falando que a dor do João é legítima e diz que viu o pai do cantor sertanejo e que o cabelo dele realmente parece com o do João. A fala de Tiago Leifert procura sempre ponderar a situação, sem criar um certo e um errado. Além disso, o apresentador faz uma crítica às reações dos telespectadores nas redes sociais em relação ao acontecimento:

Nesse momento, eu devo estar sendo trucidado na internet, bicho. Porque chega em um momento aqui, e é por isso que eu me afastei de várias redes sociais, que ou você bota fogo no Rodolfo, ou você acha o João é vitimista e eu não consigo ser nem uma coisa, nem outra. Eu não vejo maldade no que você fez, e, ao mesmo tempo, legítima a dor do João, porque tem milhares de meninos e meninas pretos e pretas que sentem a dor que o João sentiu. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do apresentador Tiago Leifert, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Então Camilla de Lucas pede para falar:

Tiago, eu quero falar uma coisa aqui, eu entendo o João porque o meu cabelo é parecido com o dele. Eu uso esse alongamento, que é uma peruca, porque eu estou em transição, eu estou tirando uma química do meu cabelo para deixar o meu cabelo igual ao do João. Então, eu sempre comento isso, eu explico isso nas minhas redes sociais, eu não uso isso aqui para esconder quem eu sou e a minha origem. É justamente para trazer de volta o que é meu, que por anos eu aprendi a odiar o meu

cabelo. Que vem de mim, que vem da minha família. E eu conversei com o Rodolfo e eu falei para ele: “Realmente entendo que não foi na maldade”, mas a gente que tá do outro lado, a gente também não aguenta mais ouvir essa justificativa. Então, eu consigo enxergar nele, eu consegui enxergar que talvez não tenha sido de propósito, mas é uma coisa que a gente também não aguenta mais ouvir. Porque eu escuto esses termos, essas comparações desde 94, desde quando eu nasci. Então, hoje, eu já me coloco numa posição de: “Não aceito mais”. Também não quero mais ficar ensinando. Se as pessoas falam: “Ai, é mimimi”. Estão cansadas de ouvir isso, eu estou cansada de ter que falar também. Se é cansativo para vocês ouvirem, é cansativo para mim viver. Não quero mais. Então, assim, essa cobrança também de ficar: “Ai, a gente só vai aprender se vocês ensinarem”. Pesquisem, a internet está aí. Eu tô cansada, tô cansada de ficar explicando isso para todo mundo. Eu faço meus posicionamentos na internet, reclamo de maquiagem porque eu tô cansada de não ter, tô cansada de ouvir, é cansativo, a gente tá esgotado. Então, eu vou continuar falando, sim, porque eu sei que é necessário. Porque a gente só consegue transformar essa sociedade falando, lutando. Mas eu também estou cansada de ficar ensinando essa merda toda vez, não aguento mais, não aguento mais, não aguento mais. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala da participante Camilla de Lucas, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Tiago Leifert dá razão ao depoimento da participante e a dor do João. E então diz para Rodolfo: “Bastião, eu sei que não é de um lugar de maldade. Você é uma pessoa verdadeira”. O apresentador segue falando que, apesar do cantor sertanejo não ter feito por querer, a dor do João é legítima. João agradece ao apresentador e fala sobre um possível impacto na sociedade que o discurso pode gerar:

Eu só acho que é muito importante você fazer isso, e falar isso para as pessoas que estão assistindo a gente em casa agora. Porque talvez em algum momento eu fiquei engasgado. E aí esse engasgo, esse esgotamento eu não consegui externalizar tudo que eu estava sentindo. Eu e a Camilla, a gente sentiu muita coisa juntos depois da situação do que aconteceu. E aí, você faz isso, esse movimento que tá fazendo agora, que é um momento muito didático, trazendo com a minha profissão. É algo muito de ensinamento. Então, te agradeço por esse ensinamento, que é muito importante. Eu acho que a gente deve fazer isso sempre. Toda vez que a gente identifica qualquer coisa, na hora que a gente tem que reagir e dizer: “Olha isso não é legal, não faz isso, não faça aquilo”. Eu acho que esse é um movimento que todo mundo tem que fazer. Porque só assim a gente vai combater tudo isso junto. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do participante João Luiz Pedrosa, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Tiago Leifert termina dizendo que não estava preparado para ter essa conversa com os participantes:

Não estou lendo texto nenhum, não tenho nada. Tô falando do fundo do meu coração para o Bastião, como homem branco mesmo, com toda humildade. Espero que vocês me perdoem, espero que o pessoal da internet pegue leve comigo também. Porque eu

tô fazendo de coração. Porque é muito fácil apresentar um programa desse tamanho, aproveitar da audiência dele, e dar risada com as piadas, e ganhar milhões de seguidores e o programa não fazer nada depois do que aconteceu ontem. [...] Agora já deu, bola pra frente, e não é colocar fogo no Rodolfo e nem dizer que a dor do João não existe. É colocar a mão na consciência e pensar, aprender. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do apresentador Tiago Leifert, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

Essa fala demonstra que a única atitude do programa em relação ao ocorrido foi o discurso do Tiago, que termina dizendo que o fato foi uma oportunidade de não deixar que aconteça o mesmo no BBB 22. Apesar de não citar a responsabilidade da emissora sobre o conteúdo exibido para milhões de brasileiros, Tiago Leifert diz que não se pode aproveitar da audiência do programa e não tomar alguma atitude referente ao debate racial gerado na casa. Enquanto é aplaudido pelos participantes, o apresentador dá a oportunidade para Rodolfo comentar o assunto: “Pra gente terminar, quer dizer alguma coisa Bastião?”. O cantor pede desculpas para o João, para a Camilla e para todos que se sentiram ofendidos. Disse que não teve a intenção de ofender e se justifica novamente dizendo que o seu cabelo também não é liso: “Não foi, novamente, numa posição de ofender. Até por conta que o meu cabelo também não é lisinho”. Então o apresentador interrompe o cantor e diz:

Mas não é esse o ponto, não é sobre textura, não é sobre o penteado. É sobre o símbolo. O meu cabelo não representa nada do que eu sou, e o seu penteado não representa nada do que você é, não muda nada. Mas pro João muda muito. É um símbolo de resistência do João, é diferente. Então é por isso que pega num lugar diferente pra ele. (REDE GLOBO, Big Brother Brasil. Fala do apresentador Tiago Leifert, exibido em 6 de abril de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9415693/>. Acesso em: 12 de março de 2022)

É interessante observar que o próprio apresentador disse que não tinha se preparado para fazer o discurso. Ao mesmo tempo, Tiago Leifert diz que é importante falar sobre o ocorrido na noite anterior, já que o Big Brother Brasil é um programa de grande audiência. Como visto nos capítulos anteriores, a mídia possui um importante papel no combate ao racismo, visto que é cada vez mais uma formadora de opiniões. Pode-se dizer que houve certa negligência, não só do apresentador, como também da emissora, por arriscar provocar desinformação. O quarto episódio termina com o João dizendo para Rodolfo que não está tudo bem, mas que pretende ficar. Então o apresentador finaliza dizendo que: “Esse é só mais um episódio do Big Brother Brasil, mais uma vivência, mais uma coisa que acontece aí dentro. Vai acontecer mais coisa no ano que vem também e a gente tá aqui aberto para aprender e seguir em frente”. Após a transmissão do programa ao-vivo, Rodolfo abraça Camilla e a blogueira

diz: “Olha, e eu não quero me colocar numa posição de uma pessoa que vai ficar falando, apontando para você, tá?” E Rodolfo responde: “Tá bom”. Depois abraça João e diz “Desculpa”. E João responde sorrindo: “Desculpado”.

Após o fim de cada temporada, os participantes do BBB são lançados à fama. Observando esses efeitos na vida dos protagonistas do ocorrido, é possível compreender, de forma geral, como o público respondeu ao acontecimento midiático. Como já mencionado, Rodolfo Mathaus já possuía uma vida pública quando entrou no BBB. O cantor sertanejo e seu parceiro de dupla, Israel Antônio, já faziam sucesso no seu nicho e tinham álbuns gravados. Porém, após o Big Brother Brasil, a dupla atingiu o ápice do sucesso.

No capítulo 1, vimos como está presente na contemporaneidade a chamada “cultura do cancelamento” (INOCÊNCIO; REBOUÇAS, 2021, p. 3). Porém, apesar da possibilidade de um cancelamento, a música que o cantor divulgou durante o programa atingiu o primeiro lugar entre as músicas mais ouvidas no Brasil no primeiro trimestre de 2021²⁵. Esse fato permite considerar que a participação no programa foi vantajosa para o cantor, logo, o seu envolvimento no acontecimento não interferiu negativamente na sua relação com o público.

Diferente do Rodolfo, João Luiz Pedrosa partiu do anonimato à fama, através do Big Brother Brasil. Como veremos a seguir, a repercussão do acontecimento entre os fãs do programa foi negativa para João. Apesar disso, o ex-professor de escola pública conseguiu um espaço na indústria midiática. É comum os ex-participantes do programa buscarem permanência na mídia, porém, muitos não conseguem. Por isso, é possível considerar que João Luiz obteve sucesso na carreira após o BBB. Atualmente, apresenta o programa “*Trace Trends*”, na plataforma de streaming da Globo, Globoplay. O programa aborda questões relacionadas à diversidade cultural no Brasil, inclusive a racial. Além disso, João apresentou também uma temporada do programa “Entrevista” do Canal Futura, que também pertence ao Grupo Globo.

Durante os dias em que ocorreram esse acontecimento, muitos portais de notícia cobriram o fato e nas redes sociais o assunto foi bastante reproduzido. A repercussão do caso foi tão grande, que alcançou inclusive pessoas que não acompanhavam o *reality show*. Pensando nesse fato, é interessante observar que pessoas com destaque midiático comentaram o acontecido. O ator Lázaro Ramos, por exemplo, publicou em seu Instagram um texto sobre

25

Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2021/07/08/batom-de-cereja-de-israel-e-rodolfo-e-o-maior-hit-do-1o-semester-do-brasil-em-streaming.ghtml>

o assunto²⁶. Apesar de não mencionar o programa ou o João, a manifestação do ator aconteceu após o desabafo do João no “Jogo da Discórdia”

3.4 Análise da repercussão no Facebook

É necessário explorar o conteúdo do *post* para compreender a reação do público. O vídeo foi produzido pela produção do Big Brother Brasil, compartilhado nas redes sociais oficiais do programa, e narra o acontecimento cronologicamente. O material produzido pela Rede Globo oculta fatos importantes do acontecimento. Apesar dos cortes no vídeo, todos os episódios foram exibidos durante a apresentação do programa em rede nacional. A primeira cena do vídeo é o João Luiz fincando flechas na figura que representa o cantor Rodolfo Mathaus durante a dinâmica do “Jogo da Discórdia”. Ou seja, o fato que origina o desentendimento não é exibido. Ao introduzir o assunto com esse gesto do João, provocado pela própria dinâmica, o conteúdo pode colaborar para colocar o professor negro em uma posição de ataque.

Dos 15 minutos do vídeo, os primeiros quatro são dedicados ao terceiro episódio. O embate dos participantes é transmitido na íntegra, com o adicional da fala da Camilla de Lucas sobre o assunto durante a mesma dinâmica. O restante do vídeo se refere ao quarto acontecimento, que inclui a fala do apresentador Tiago Leifert, o desabafo da Camilla, o agradecimento do João e as desculpas do cantor sertanejo. Entretanto, essa parte do vídeo possui cortes. Foi retirado do vídeo o momento em que o apresentador diz que não se preparou e que fez porque algo precisava ser feito em relação ao acontecimento. Buscando compreender os motivos para que parte da fala do Tiago fosse cortada, é importante considerar que é nesse momento em que ele fala sobre a responsabilidade do programa sobre o assunto: “... é muito fácil apresentar um programa desse tamanho, aproveitar da audiência dele, e dar risada com as piadas, e ganhar milhões de seguidores e o programa não fazer nada depois do que aconteceu ontem”. Portanto, o corte pode ter seguido o interesse do programa em não apresentar ao público essa responsabilidade que ele carrega.

Podemos imaginar que a reação do público em relação ao vídeo é influenciada por esses cortes. A ausência do primeiro acontecimento exclui a presença da participante Juliette Freire. Após Rodolfo comparar o cabelo do João à peruca, a participante concorda dizendo: “Um

26

Disponível em: <https://glamour.globo.com/entretenimento/celebridades/noticia/2021/04/lazaro-ramos-relembra-cabelo-black-nosso-cabelo-e-lindo.ghtml>

black power”. Porém, quando o professor rebateu, ela provavelmente percebeu que seria uma ofensa e acrescentou: “*Não, não é. Mas se tivesse curto e bem feitinho, e aparado, e muito arrumado.*” João não repercutiu a fala da participante sobre o acontecimento. Entretanto, um ponto interessante a mencionar é que esse diálogo ocorre na frente do participante Rodolfo, que, apesar de estar se observando no espelho, ouvia a conversa.

Ao se defender, durante o terceiro episódio, o cantor sertanejo reafirma que enxerga semelhança entre a peruca e o *black power* do participante. Além disso, ao se desculpar, Rodolfo disse que não sabia que o comentário soaria como uma ofensa. É oferecida a oportunidade do cantor compreender que o comentário poderia soar ofensivo quando presenciou a reação do João ao negar a semelhança da peruca com um *black power* e a última frase da Juliette. Logo, a falta dessa cena colabora com a versão do Rodolfo.

O segundo episódio também foi excluído do vídeo. Essa cena seria importante para o público compreender porque João se sentiu ofendido. O diálogo entre João Pedrosa e Camilla Lucas apresenta aspectos da construção da identidade negra. Considerando que a análise de discurso crítica nos permite relacionar os elementos linguísticos e ações sociais, a inclusão da cena poderia gerar um resultado diferente na recepção do público.

Tendo em vista o material exposto na publicação e alguns princípios da análise do discurso, é possível compreender de que forma a questão foi recepcionada pelo público. Já do ponto de vista netnográfico, os comentários serão compreendidos no trabalho como os “dados arquivais”, pois são objetos retirados de uma comunidade virtual. Além disso, são dados produzidos sem a intervenção da pesquisa. Os comentários representam a opinião dos integrantes dessa comunidade, que, no caso, em sua maioria, manifestaram-se contra o participante João Luiz. Os comentários 1, 2 e 3 são os comentários mais curtidos respectivamente, portanto, podem representar a opinião predominante. Além disso, os três comentários expressam uma opinião comum aos outros discursos ali expostos.

3.4.1 - Comentário 1

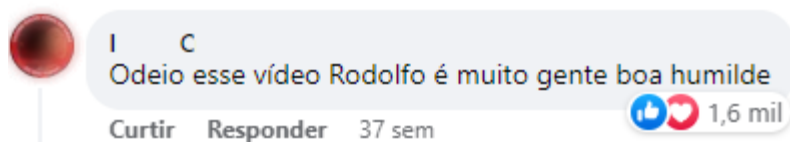


Figura 1: Comentário 1

O comentário 1 foi escrito por uma mulher de iniciais I.Z., que não respondeu à abordagem netnográfica. Recorrendo aos dados disponíveis na página da autora no Facebook, é possível coletar informações sobre ela. A internauta é moradora de Carapicuíba, cidade do interior de São Paulo, e trabalha com vendedora em uma loja de cosméticos. De um ponto de vista discursivo, ao dizer que odeia o vídeo, ela provavelmente quer dizer que o conteúdo do vídeo gera nela uma certa repulsa. Ao elogiar o cantor sertanejo, entende-se que a autora o vê como uma pessoa humilde, concordando com a opinião do Rodolfo.

Esse é o comentário mais curtido da publicação, com 1,4 mil curtidas. A segunda reação mais utilizada foi o amei, com 157 interações. Isso expressa que a uma parte relevante do público que teve acesso ao conteúdo concorda com a autora.

3.4.2 - Comentário 2

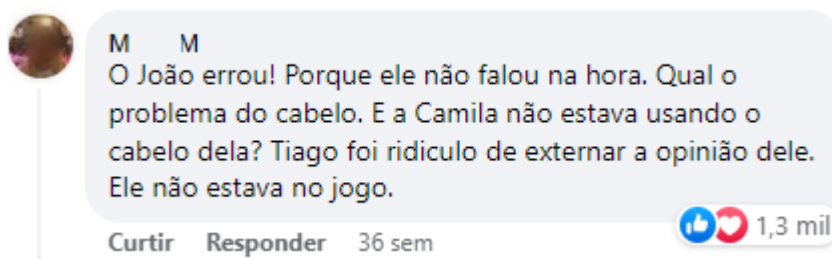


Figura 2: Comentário 2

O segundo comentário mais curtido pode ser dividido em três processos discursivos sobre o tema. A primeira parte: “O João errou! Porque ele não falou na hora”, segue uma linha de raciocínio presente em outros comentários. No segundo episódio do acontecimento, durante o diálogo com Camilla de Lucas, o professor cita o motivo de não responder à ofensa na hora. É possível que a ausência dessa cena tenha contribuído para a frequência dessa opinião. Na segunda parte desse comentário: “Qual o problema do cabelo. E a Camila não estava usando o cabelo dela?”, a autora menciona o fato de Camilla de Lucas não usar o cabelo natural. Em

todos os episódios do acontecimento em que está presente, a blogueira se justifica, dizendo que não utiliza o cabelo natural por estar em um processo de transição capilar. É importante considerar que Camilla não precisava se justificar, porém, o efetuou possivelmente por imaginar a repercussão. É importante compreender que o termo “transição capilar”, apesar de ser utilizado pelo movimento negro desde a década de 60, ganhou força com as redes sociais (BERNARDES, 2019).

Nilma Gomes (2008) argumenta que o ato de alisar o cabelo, no contexto brasileiro, pode ser interpretado como um comportamento social que, ao mesmo tempo em que é resultado da introjeção da opressão branca imputada ao negro, é, também um estilo, com características que são próprias da comunidade negra e de seu padrão estético (BERNARDES, 2019, p. 59)

O vídeo da publicação exhibe as cenas em que Camilla fala sobre isso, tanto no dia do “Jogo da Discórdia”, quanto durante o discurso do diálogo. Ou seja, a autora do comentário pode não ter assistido o vídeo ou ignorou a justificativa da blogueira. Não fica claro o que ela quis dizer ao indagar: “Qual o problema do cabelo”. A terceira parte diz sobre o último episódio: “Tiago foi ridículo de externar a opinião dele. Ele não estava no jogo.”, nesse ponto fica claro que a intervenção do apresentador pode não ter contribuído para compreensão do tema por parte do público.

Segundo os dados disponibilizados pela autora em seu perfil no Facebook, ela trabalha como secretária parlamentar de um deputado federal do Partido Progressista. M.M. possui nível superior, porém o curso não foi divulgado. Mora na cidade do Rio de Janeiro e provavelmente é evangélica, considerando as suas publicações na plataforma. O desempenho da publicação foi bastante relevante e, assim como o comentário 1, a segunda reação mais utilizada foi o emoji de “amei”.

3.4.3 - Comentário 3

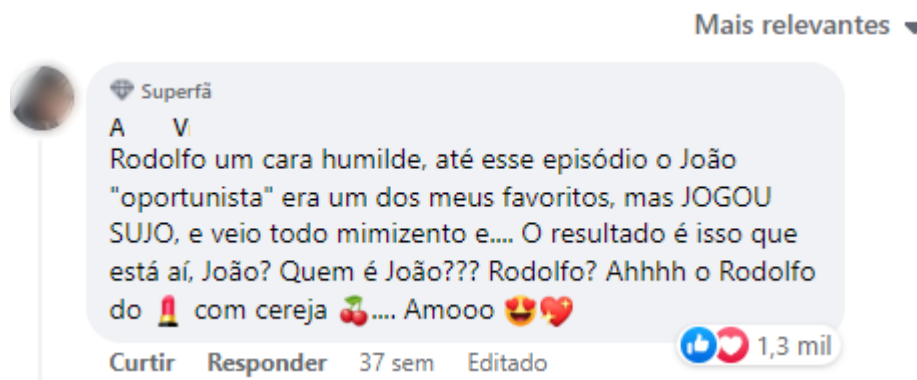


Figura 3: Comentário 3

No comentário 3, a palavra humilde reaparece e novamente como um elogio ao Rodolfo. Com essa reincidência, dentre os comentários mais curtidos, é notado que a maioria dos participantes da discussão aceitaram a justificativa do cantor sertanejo. A internauta, de iniciais A.V., fala que já torceu para o professor, mas o chama de oportunista. É interessante apontar também que o termo "mimimi" aparece com certa frequência nos comentários do post de forma geral. É necessário compreender que não é possível comprovar se João foi realmente um dos favoritos da autora, logo, é importante questionar se ela utiliza desse discurso para justificar um possível fracasso do professor na mídia. Isso, porque, A.V. inclui em seu comentário a sua possível percepção do resultado do acontecimento. Utilizando de emojis, a autora cita a música “Batom de Cereja”, sucesso da dupla “Israel e Rodolfo”. Em contrapartida, A.V. faz uma pergunta: “Quem é João???”. Compreende-se que possivelmente no âmbito da formação discursiva, a autora posiciona o cantor sertanejo como vencedor do embate ali apresentado. Para isso, ela realiza uma comparação em relação a sua percepção de sucesso entre as duas pessoas.

A autora não correspondeu às tentativas de contato, porém, é possível retirar algumas informações da sua página no Facebook. A.V. mora em Curitiba, não possui informações sobre o cargo que ocupa. Mas a autora informa em seu perfil na plataforma que trabalha em uma indústria na capital paranaense. Depois das 1,2 mil curtidas, a reação “amei” obteve 138 interações.

As respostas dos três comentários são espaços de debates virtuais. Pessoas que concordam — ou não — com o comentário, expressam suas opiniões nesse ambiente. Apesar da potencialidade em relação à produção de discussão, o campo das respostas não é utilizado pelos usuários para dialogar. Por isso, não há evolução nos debates gerados pelas autoras. Os comentários que diferem das opiniões que tiveram mais curtidas são raros. Buscando outras

concepções sobre o assunto neste ambiente, os comentários 4 e 5 são relevantes para compreender outros pontos de vista em relação ao assunto. O quarto, por se tratar da opinião de uma pessoa autodeclarada negra; e o último, por ser o comentário a favor de João com mais reações.

3.4.4 - Comentário 4

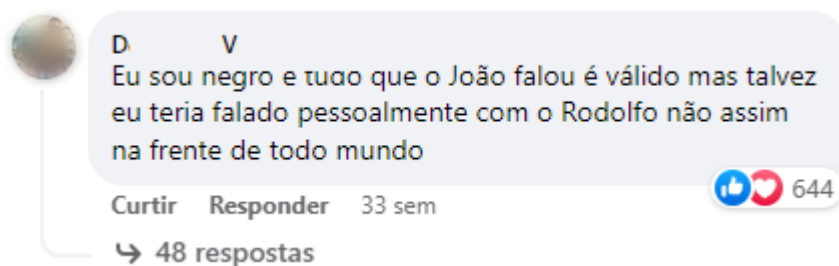


Figura 4: Comentário 4

O autor do comentário 4, de iniciais D.V., tem 19 anos e mora em Salvador, Bahia. Neste caso, não foi necessário recorrer aos dados disponíveis na plataforma, pois D. V. respondeu à abordagem netnográfica. O comentário 4 é relevante, porque traz no texto uma autodeclaração de raça. Apesar disso, possui uma formação discursiva que se aproxima da opinião geral. Ao iniciar o comentário dizendo ser um homem negro, o autor legitima sua opinião. Entre os demais comentários, esse é um dos poucos em que a versão do João é validada. É interessante apontar, que o autor se coloca no lugar do João e fala o que faria no lugar do professor. A ideia de que o professor deveria ter conversado reservadamente com o cantor sertanejo é compartilhada em outros comentários, e está presente no comentário 2. Logo, quando o autor diz “na frente de todo mundo”, ele quer dizer na frente dos participantes da casa. Conforme o material extraído da abordagem netnográfica, o autor acredita que o professor não deveria ter exposto o cantor sertanejo aos outros competidores. Vale ressaltar, que no dia do ocorrido, Rodolfo já estava no “paredão”, e o que definiria seu destino era o público, não os participantes.

Além disso, o conteúdo possui um número relevante de curtidas, gerando 643 reações ao todo, os mais utilizados foram as curtidas, 580, e o “amei”, 46. Como dito no capítulo 2, as redes sociais conseguem ampliar os debates sociais. Dentre as 48 respostas que o comentário obteve, a questão racial é levantada algumas vezes. A reação do João ao receber a ofensa foi o assunto daquele espaço.

3.4.5 - Comentário 5

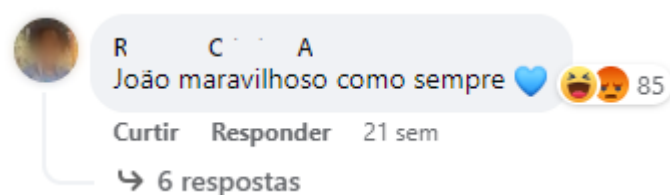


Figura 5: Comentário 5

O comentário 5 foi realizado por uma usuária de iniciais R. C., e obteve 85 reações. R. C. não respondeu à abordagem netnográfica. De acordo com seu perfil na plataforma, ela mora na cidade de Volta Redonda, no Rio de Janeiro. No texto, é possível compreender signos de afeto em relação ao participante João. A mensagem é simples, não traz informações sobre o jogo ou sobre o acontecimento. O comentário se destaca dos demais por fazer um elogio ao personagem criticado pela maioria dos participantes da comunidade. Dentre os comentários analisados, o quinto é o mais recente, logo, provavelmente, a atitude do João já estava sendo contestada pelos usuários da rede. Além disso, majoritariamente, os comentários põem em questão as relações construídas através da dinâmica do jogo, o que foi ignorado pela autora. Considerando esses fatos, é possível que a manifestação da internauta seja uma provocação proposital aos demais comentários.

Essa atitude gerou uma repercussão diferente em relação aos comentários analisados anteriormente. O comentário recebeu 85 reações, desse total: 72 emoji que representam gargalhadas (Haha), sete que representam raiva (Grr), três curtidas e três “amei”. As reações foram notadamente negativas às atitudes de João, afirmando essa opinião como comum entre os membros daquele grupo. O comentário obteve seis respostas, todas atacando a posição da autora. Dois destes comentários trazem um termo em comum: “mimimi”. Um dos comentaristas, possivelmente reafirmou a comparação realizada pelo participante Rodolfo Mathaus.

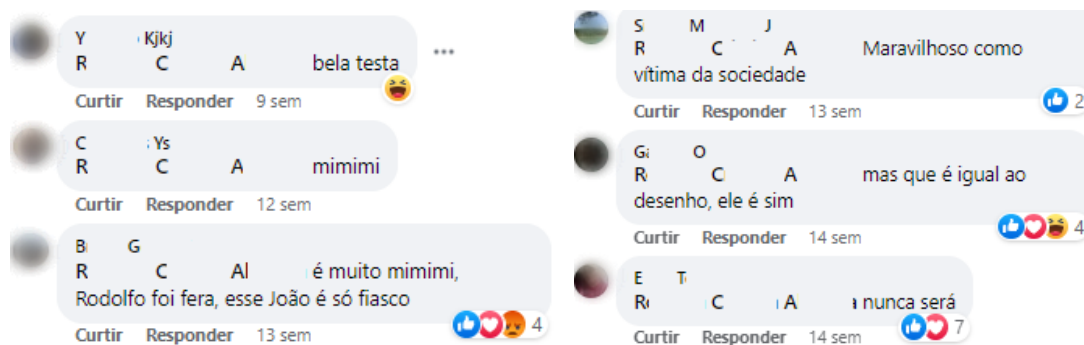


Figura 6: Respostas do comentário 5

3.4.6 Dados extraídos

Os dados extraídos permitem atravessar a superficialidade da discussão na rede social, ainda que esse espaço se mostre desfavorável em relação ao acesso aos participantes. A possibilidade da interação proporciona captar mais informações, colaborando para uma análise mais eficiente. Adequando os dados extraídos à pesquisa, as tentativas de contato foram realizadas por mensagens através da plataforma. Ao abordar os comentaristas, assumi a posição de pesquisador, porém, não foi mencionada a questão racial, enfatizando-se apenas os números referentes ao engajamento nas redes sociais. Esse método de inserção contribui para que o material gerado sofra menos influência possível. Apesar disso, a identificação do pesquisador pode interferir nos discursos obtidos por essa abordagem.

A tentativa de contato obteve sucesso apenas com o autor do comentário 4, chamado D.V. Buscando compreender como aquele acontecimento midiático pode ter impactado a audiência, o participante do debate foi questionado sobre sua percepção do caso. O resultado dessa abordagem será utilizado como dados extraídos da pesquisa. A resposta de D.V. sobre sua visão deste caso foi:

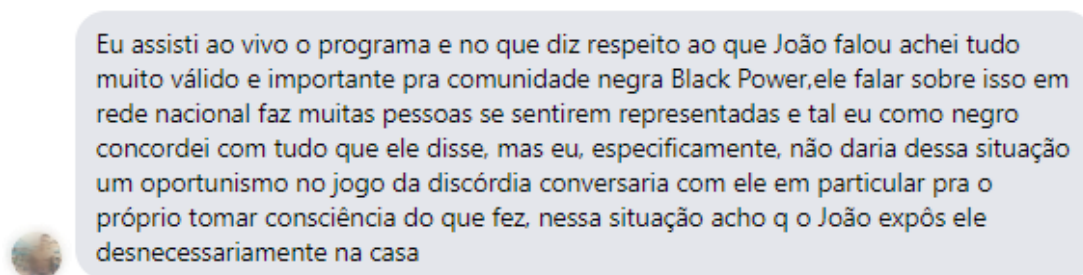


Figura 7: Dados extraídos

Alguns pontos são interessantes para analisar nessa fala, o que mais nos interessa é em relação à questão racial. Apesar de não ter sido citada em nenhum momento durante a abordagem, essa questão está presente no discurso do internauta. Para D. V., o assunto racial tratado em rede nacional, é importante para a comunidade negra, pois pode gerar representatividade. No capítulo 2, entendemos que a mídia pode colaborar para o fortalecimento das comunidades sociais, porém, isso requer um esforço dos meios de comunicação. O caso do cabelo do João é um exemplo de como a questão racial pode provocar reações negativas, sobretudo quando não é abordada de forma responsável. É interessante analisar que o autor diz que o acontecimento faz com que pessoas se sentem representadas. Mesmo em seguida dizendo que é um homem negro e concorda com o João, D.V opta por utilizar a terceira pessoa para se expressar, logo, o autor se exclui dessa representatividade. É interessante observar que “a representatividade é sempre institucional e não estrutural, de tal sorte que quando exercida por pessoas negras, por exemplo, não significa que os negros estejam no poder” (ALMEIDA, 2019, p. 69).

Fazendo uma análise crítica, é possível que o autor tenha falado sobre a questão racial, sobretudo em relação às comunidades negras, e inserido o termo “Black Power” na resposta, por saber que participaria de uma pesquisa. Apesar disso, D. V. conclui que o João foi oportunista. No ponto de vista discursivo, é interessante apontar que o autor segue a mesma formação ideológica que os demais. Outro ponto interessante para analisar no dado extraído, é que a palavra oportunismo aparece para caracterizar o João, da mesma maneira que no comentário 3, que possui um discurso que pode ser considerado até agressivo. Talvez, se a questão racial fosse apresentada de uma forma diferente, o autor poderia ter compreendido o acontecimento de outra forma. Toda ação provocada pelo “Jogo da Discórdia” propõe um embate entre os participantes. Entender que o João foi oportunista ao usar deste espaço para contar o acontecimento é ignorar que a proposta do jogo é justamente oferecer a oportunidade dos participantes expressarem seus sentimentos sobre os acontecimentos dentro da casa.

Ao longo do capítulo, foi possível aprofundar no acontecimento midiático, envolvendo a questão racial, gerado pelo Big Brother Brasil 21. O recorte selecionado para análise, possibilitou observar as percepções dos usuários da rede social mais popular do Brasil. É possível notar que grande parte desse público colocou a questão racial em segundo plano em relação à dinâmica do *reality show*. De forma geral, os comentários expressam desconsiderar que o participante negro tenha se sentido ofendido, e acreditam que João se utilizou do espaço para prejudicar o cantor sertanejo, que estava no paredão. A publicação no Facebook pode

abranger não só os seguidores da página oficial do programa nas redes sociais, como também fãs de *reality show* em geral. Isso pode demonstrar que a forma como a questão racial foi debatida no programa não foi eficiente, pelo menos para esse público. O assunto foi tratado com leviandade pela emissora, considerando que a única manifestação no programa em relação à questão racial foi feita pelo apresentador, que afirmou não ter se preparado para debater o assunto em rede nacional.

4. CONCLUSÃO

Observando as reações dos telespectadores do Big Brother Brasil no vídeo publicado pelo programa sobre o acontecimento, nota-se que a repercussão foi positiva para o cantor sertanejo Rodolfo Mathaus. Apesar dos discursos presentes naquele ambiente virtual serem majoritariamente contra o participante João Pedrosa, é importante ressaltar que essa reação pode apresentar apenas a opinião daquele grupo. De modo geral, a participação no *reality show* foi benéfica para ambos, pois o programa oferece grande visibilidade aos participantes. Como apresentado no capítulo 2, a mídia tem um papel importante na construção da identidade de grupos minoritários. Adilson José Moreira (2019), ao falar sobre “racismo recreativo”, revela como as imagens da TV podem interferir na construção da identidade negra em uma cultura: A televisão tem sido um dos meios mais importantes na criação de significações culturais sobre grupos minoritários, um lugar de divulgação de representações cotidianas da negritude em nossa cultura. (MOREIRA, 2019, p. 66).

Por essa perspectiva, é possível observar que as vivências de participantes negros no Big Brother Brasil podem colaborar na construção da identidade de outras pessoas pertencentes a esse grupo minoritário. Nota-se que houve um aumento no número de participantes pretos na edição de 2021 do programa. Alguns fatores permitem compreender os possíveis interesses da emissora em relação a essa mudança. O sucesso da edição anterior, que consagrou uma mulher preta como vencedora, pode ter contribuído para essa abrangência. Além disso, no ano de 2020 ocorreram grandes manifestações no Brasil e no mundo, contra o assassinato de pessoas negras. Considerando que a Rede Globo é uma empresa de comunicação e lucra através da publicidade, a adequação ao *marketing* dos anunciantes pode ser um fator de interesse para essa mudança.

Os números de visualizações, comentários e reações na página do programa comprovam que o Big Brother Brasil é um produto midiático de grande abrangência. De acordo com os estudos culturais difundidos por Douglas Kellner (2001), é possível compreender como o público se apropria dessas imagens da mídia e os efeitos produzidos por elas. O acontecimento midiático em questão pode contribuir para os movimentos sociais, visto que muitas celebridades se posicionaram e pessoas manifestaram apoio ao João nas redes sociais. Em contrapartida, parte dos telespectadores do programa ficaram do lado do agressor. O vídeo publicado nas redes sociais do programa sobre o racismo sofrido por João, por exemplo, gerou uma repercussão negativa, pois os discursos provocados por ele são superficiais e diminuem a

importância da pauta. No campo da interação virtual, é possível encontrar inclusive comentários com aproximações a discursos racistas.

Provavelmente a reação do público seria diferente se o assunto fosse tratado de outra forma. O sentimento de indignação do João, ao ter seu cabelo comparado com a peruca de uma fantasia de “homem das cavernas”, é resultado de vivências de um homem negro em uma sociedade racista. O vídeo publicado pelo programa no Facebook que inclui o episódio de racismo, exclui cenas que poderiam contribuir com a versão do participante negro. Como, por exemplo, a conversa entre João Pedrosa e Camilla de Lucas, na dispensa. Durante o diálogo, os participantes pretos falam sobre a importância do cabelo para a autoaceitação e que, apesar de já estarem preparados para esse tipo de ofensa, nunca sabem como agir quando acontece. Dentre os comentários apresentados na análise, é possível identificar, entre os mais curtidos, questionamentos que poderiam ser respondidos pela exibição desse diálogo.

A reação do público em relação ao vídeo publicado é um reflexo de como a questão racial foi tratada no material. É possível notar que, apesar do foco no discurso sobre racismo do apresentador Tiago Leifert, a legenda do vídeo não menciona a questão racial. Além disso, a linguagem utilizada no texto produzido pela emissora parecer tentar suavizar o acontecimento: “João abriu o coração sobre como se sentiu com um comentário do Rodolfo, comparando seu cabelo com a peruca do Monstro de homem das cavernas” (A DISCUSSÃO ENTRE JOÃO E RODOLFFO QUE GEROU DEBATE NA CASA! | BIG BROTHER BRASIL 21, 2021)²⁷. Visto que o formato do programa prioriza o embate entre os participantes, as pautas identitárias tendem a ser utilizadas para gerar divergências e possíveis conflitos entre os participantes.

Possivelmente para agradar a audiência, as questões identitárias são tratados com superficialidade. Se houvesse maior interesse da emissora em contribuir para uma sociedade menos racista, o tema deveria ser tratado de forma diferente. O grande engajamento proporcionado pelo programa poderia ser utilizado em benefício das minorias, se o conteúdo produzido por ele fosse mais completo e informativo. É possível notar que parte dos internautas que reagiram ao vídeo que retrata o caso de racismo colocaram a questão racial em segundo plano em relação às dinâmicas do *reality show*.

Apesar de expressar preocupação com as causas sociais, a Rede Globo não propõe um enfrentamento das opressões sofridas por grupos minoritários: “Na programação dos veículos

27

Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=1115901215901276>

de comunicação do Grupo, a responsabilidade social está presente nos conteúdos de Jornalismo, Esporte e Entretenimento, com a abordagem constante de causas sociais e temas relevantes para a população.”²⁸ (GRUPO GLOBO, 2021). Com isso, pode-se considerar que institucionalmente a emissora considera que cumpre sua responsabilidade social ao abordar essas questões nos seus produtos.

O acontecimento envolvendo o cabelo do João evidencia que o programa de entretenimento de maior audiência da Rede Globo não se esforça o suficiente para tomar medidas que contribuam efetivamente com os movimentos sociais. O discurso do Tiago Leifert se torna ineficaz, considerando a reação negativa dos internautas. A fala do apresentador sobre racismo ocupa cerca de 10 minutos dos 15 minutos totais do vídeo publicado pela emissora. Se a Rede Globo desejasse de fato contribuir para sociedade, poderia aproveitar a audiência do programa para promover debates que enfrentem os preconceitos e opressões.

28

Disponível em: <https://grupoglobo.globo.com/>

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Pólen Produção; 2019.

ALMEIDA, Silvio. **Racismo estrutural**. São Paulo: Pólen Produção, 2019.

ANDRADE, Alice; SANTOS, Jadeanny; VELOSO, Maria. Articulações de gênero e raça no contexto da cultura pop: a experiência de Thelma Regina no BBB20. **Revista Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, Rio Branco, p. 1-20, v. 9, n. 2, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/3970>. Acesso em: 5 de jun. de 2022..

AZEVEDO, Amanda; AMARANTE, Erivelto Diego. Trilhas de fruição no Globoplay: análise das interfaces e oferta sob demanda. In: Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, 20^a ed, Salvador, 2020. **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação Brasil**, DT5, 43. São Paulo, 2020, p. 1-15. Disponível em: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/65427020/GPCDCT_Trilhas_de_fruicao_no_Globoplay_AZEVEDO_AMARANTE-with-cover-page-v2.pdf. Acesso em: 15 de ago de 2021. Acesso em: 5 de junho de 2022.

BIG BROTHER BRASIL 21, **A discussão entre João e Rodolfo que gerou debate na casa**. Rio de Janeiro, 7 de agosto de 2021. Facebook: BBB @bbb. Disponível em: <https://www.facebook.com/watch/?v=1115901215901276>. Acesso em: 12 de mar. de 2022

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Almedina: Edições 70, 2011.

BERNARDES, Mayra. **ESSE BOOM É NOSSO? Discursos sobre a transição capilar na publicidade de cosméticos**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2019

BRITOS, Valério Cruz. A televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, n. 31, p. 9-34, 1999. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/7887>. Acesso em: 5 de jun. de 2022)

COELHO, Teixeira. **O que é indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1980.

COLLINS, Patricia Hill. **Pensamento feminista negro: conhecimento, consciência e a política do empoderamento**. 2^a ed. Nova York: Routledge, 2001.

COSTA, Lucas Piter Alves. A ADC faircloughiana: concepções e reflexões. São Carlos, **Revista Linguagem**, v. 20, n. 1, 2013. Disponível em: <https://www.linguagem.ufscar.br/index.php/linguagem/article/view/1281>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

DA SILVA CHIARI, Breno et al. A Cultura do cancelamento, seus efeitos sociais negativos e injustiças. **ETIC**, Presidente Prudente, v. 16, n. 16, 202, 2020. Disponível em: <http://intertemas.toledoprudente.edu.br/index.php/ETIC/article/view/8763>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

DA SILVA ROCHA, Marcelo; COSTA, Luciano. Simulação e simulacro: a realidade do Big Brother Brasil. **Cadernos de Comunicação**, Santa Maria, v. 16, n. 1, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/ccomunicacao/article/viewFile/5832/4329>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

DE MARCO, Thaís Kerber. Reconhecimento dos direitos dos grupos minoritários nas sociedades multiculturais. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DA FACULDADES EST, 2., 2014, São Leopoldo. **Anais do Congresso Internacional da Faculdades EST**. São Leopoldo: EST, v. 2, 2014, p.1549-1559. Disponível em: <http://www.anais.est.edu.br/index.php/congresso/article/view/482>. Acesso em 5 de jun. 2022.

DE SOUSA, Sávila Lorena Barreto Carvalho. Imagem em escala industrial: o reality show como espectáculo de reflexão cultural. In: BIENAL, 4, 2013, Teresina. **Actas de la IX Bienal Iberoamericana de Comunicación**, Santiago: RAIC, v. 4, 2013, p. 443-453. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37133882/184265258-Ponencias-bienal-with-cover-page-v2.pdf>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

DE OLIVEIRA, Bárbara Nascimento. BBB da discórdia: opressões, empoderamento e cancelamento em jogo. In: Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Cotidiano, Rio de Janeiro, **GT 4 - Mídia, representação e discursos narrativos**, Rio de Janeiro, ed. 8, 2021, p. 765-774. Disponível em: http://designnaleitura.net.br/8sipmc/files/gt4_078_18179.pdf. Acesso em: 5 de jun. 2022.

DIAS, Gleidson Renato Martins; JUNIOR, Paulo Roberto Faber Tavares. **Heteroidentificação e cotas raciais**: dúvidas, metodologias e procedimentos. Canoas: IFRS campus Canoas, 2018. Disponível em: https://www.geledes.org.br/wp-content/uploads/2019/03/Heteroidentificacao_livro_ed1-2018.pdf. Acesso em 5 de jun. de 2022.

DOS SANTOS, Fernanda Marsaro. **Análise de conteúdo**: a visão de Laurence Bardin. São Paulo: Edições 70, 2012. Disponível em: <http://www.reveduc.ufscar.br/index.php/reveduc/article/view/291>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

FAIRCLOUGH, Norman; DE MELO, Iran Ferreira. Análise crítica do discurso como método em pesquisa social científica. **Linha d'agua**, São Paulo, v. 25, n. 2, p. 307-329, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/linhadagua/article/view/47728>. Acesso em: 5

FILHO, Ilton. DIREITO, Intimidade e vida privada: uma perspectiva histórico-política para uma delimitação contemporânea. **Revista Eletrônica do CEJUR**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 184-205, ago./dez. 2006. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/cejur/article/view/14841>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

FRANÇA, V. O acontecimento e a mídia. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 24, p. 10-21, dez. 2012. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/12939>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IBGE. **Características Étnico-racial da população**. Rio de Janeiro, RJ - Brasil. 2013. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=284235>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

INOCÊNCIO, Luana; REBOUÇAS, Davi. Já que é pra tombar, TOMBEI!: cultura do cancelamento, o tribunal da internet e representação de marcas nos memes do “close errado” de Karol Conká no BBB 21. In: Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Cotidiano, Rio de Janeiro, 2021, **GT 4 - Mídia, representação e discursos narrativos**. Rio de Janeiro, ed. 8, 2021, p. 785-795. Disponível em: http://designnaleitura.net.br/8sipmc/files/gt4_080_18213.pdf. Acesso em 5 de jun. 2022.

LAZARY, Erika. **O que o BBB tem a ver com você?**. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/colecao.php?strSecao=resultado&nrSeq=8249@1>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: Edusc, 2001.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. Tradução: Rosemary Duarte **LÍBERO**, Los Angeles n. 4, p. 119-148, 2004.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 2009.

MALTA, Deborah Carvalho et al. A pandemia da COVID-19 e as mudanças no estilo de vida dos brasileiros adultos: um estudo transversal, 2020. **Epidemiol. Serv. Saúde**, Brasília, v. 29, n. 4, e2020407, set. 2020

MELO, Geovana. BBB 21 é o reality show brasileiro com maior número de participantes negros. **Correio Braziliense**, Brasília, 25 de jan 2021, Seção: Diversão e Arte. Disponível em: <https://www.correio braziliense.com.br/diversao-e-arte/2021/01/4902470-bbb-21-e-o-reality-show-brasileiro-com-maior-numero-de-participantes-negros.html>. Acesso: 12 de março de 2022.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**. São Paulo: Scipione, 1994.

MERCURI, Isabela Alves et al. Da TV Pra Você: A Influência da Novela na Sociedade Brasileira. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 8., 2011, Cuiaba. **Intercom**, n. 13, 2011, Cuiabá. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2011/resumos/R27-0150-1.pdf>. Acesso em 5 de jun. 2022.

MOREIRA, Adilson. **Racismo recreativo**. São Paulo: Pólen Produção, 2019.

ORLANDI, Eni Puccinelli. A contrapelo: incursão teórica na tecnologia-discurso eletrônico, escola, cidade. **RUA**, v. 16, n. 2, p. 6-17, 2010. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638816>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

RODRIGUES-JÚNIOR, Adail Sebastião. Análise crítica do discurso: modismo, teoria ou método?. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 9, n. 1, p. 99-132, 2009. Disponível em: <http://www.repositorio.ufop.br/jspui/handle/123456789/5298>. Acesso em: 5 de jun. de 2022.

SILVA, Giovanna Christina Moreli Alcantara. **Direito ao esquecimento: proteção aos direitos fundamentais e dignidade na era digital**. 22f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, Universidade Cesumar: Maringá, 2020. Disponível em: <https://scholar.archive.org/work/cvs7jjacsfbf5igkj6s7xe5ngy/access/wayback/https://www.indexlaw.org/index.php/garantiasfundamentais/article/download/2603/pdf>. Acesso em: 5 de jun. 2022.

SILVA, Samara Araújo da. **Uma análise da representação dos negros nas telenovelas: o horário nobre da Rede Globo a partir dos anos 2000**. 2020. 164f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2020. Disponível em: <http://www.repositorio.ufop.br/jspui/handle/123456789/14473>. Acesso em: 5 de jun. de 2022.

Silva, Suelen de Aguiar. Desvelando a Netnografia: um guia teórico e prático. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação [online]**. 2015, v. 38, n. 2 [Acessado 6 Junho 2022] , pp. 339-342. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1809-58442015217>>. ISSN 1980-3508.. Acesso em: 5 de jun. 2022.

SIMÕES, P. G.; FRANÇA, V. R. V. Celebidades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea. **E-Compós**, [S. l.], v. 23, 2020. DOI: 10.30962/ec.1910. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/1910>. Acesso em: 6 jun. 2022.

VIANA, Silvia. **Rituais de sofrimento**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2015.