

VII Congreso Latinoamericano de Estudios del Trabajo. El Trabajo en el Siglo XXI. Cambios, impactos y perspectivas

GT12- El trabajo técnico y artístico en el contexto de la Industria Cultural

Big Brother Brasil: O trabalho como participação

Silvia Viana Rodrigues

Big Brother Brasil: O trabalho como participação

O presente trabalho visa analisar a participação no programa *Big Brother Brasil* como uma nova forma de trabalho realizado para a indústria cultural e que, apesar de gerar lucro para a emissora transmissora, não é visto socialmente como trabalho e não oferece o status do emprego. A participação daqueles que aparecem no programa, assim como dos telespectadores, estabelece novos padrões de exploração e controle do trabalho que estão intimamente ligados com o próprio formato do produto: vulnerabilidade, competição e eliminação. A análise do *Big Brother*, em termos das relações de produção que lá se estabelecem, possibilita a compreensão do mundo do trabalho contemporâneo – que embaralha noções clássicas como tempo de trabalho e tempo de lazer, consumo e produção, público e privado etc – na e através da indústria cultural.

Objeto

Esse trabalho apresenta um dos resultados alcançados em minha pesquisa de Doutorado realizada para o Programa de Pós-graduação em Sociologia da FFLCH-USP. Nessa, foram analisados os mais diversos *reality shows* transmitidos no Brasil, tendo em vista a compreensão desse novo formato da indústria cultural em sua relação com o capitalismo contemporâneo.

O presente trabalho se limitará à análise do mais famoso entre os *reality shows*: o *Big Brother Brasil* e terá como foco a participação, tanto daqueles que se voluntariam ao “confinamento”, quanto dos telespectadores ao votarem para a “eliminação”.

Objetivo

Os *reality shows* em geral, e o *Big Brother* em particular, são objetos de crescente interesse acadêmico, não apenas pelo sucesso por eles alcançado, mas, principalmente, por apresentarem-se como um novo e revolucionário formato da Indústria Cultural. Nesse sentido, a grande maioria dos estudos se debruça sobre o discurso, propalado pelo próprio espetáculo, segundo o qual o programa desperta e fomenta os desejos exibicionistas, por parte dos participantes, e voyeuristas, por parte daqueles que o acompanham.

O objetivo do presente trabalho é deslocar essa perspectiva dominante e pensar as novas relações de trabalho que se estabelecem na Indústria Cultural a partir do advento desse novo formato. Trata-se de trazer à tona um novo tipo de trabalho que não aparece socialmente como trabalho; um novo tipo de jornada que aparece como vigilância permanente; um novo tipo de remuneração que aparece como prêmio – ou, no caso dos telespectadores, como a própria possibilidade de participação; um novo tipo de organização da produção de entretenimento, que aparece como inovação de formato; e um novo tipo de contrato de trabalho que sequer pode aparecer. Em suma, trata-se da reflexão sobre uma relação de trabalho que, no entanto, aparece como participação.

Metodologia

A pesquisa foi realizada a partir dos seguintes objetos:

- Programa *Big Brother Brasil*, transmitido anualmente pela TV Globo, a partir de 2001;
- Informações a respeito do programa na Internet, em especial no site da TV Globo;
- Entrevistas com participantes do BBB, realizadas e transmitidas pelas próprias emissoras de TV (não apenas a TV Globo, já que, após um ano, os ex-participantes estão liberados para aparecer em outras emissoras), bem como em programas transmitidos pela internet;
- Sites de bate-papo, blogs, fóruns de debate e redes sociais nos quais os telespectadores trocam informações sobre o programa.

A análise foi então realizada tendo como base a bibliografia a respeito das transformações do mundo do trabalho contemporâneo, bem como a reflexão acumulada a respeito da Indústria Cultural, em especial de Walter Benjamin, Theodor Adorno e Max Horkheimer.

Resultados

Os participantes de reality shows são os temporários da Indústria Cultural. Apesar do programa prescindir do ator, não abre mão do protagonista, esse tem a sua função de “entretêr”, ao longo de três meses, vinte e quatro horas por dia, remunerada na forma não equivalente do prêmio. Contudo, não é apenas o emprego do ator que é, deste modo, dispensado. Do mesmo modo, o roteiro deve ser elaborado pelo próprio participante, mas não apenas por ele. Também os telespectadores, ao votarem ou tomarem parte nas provas e outras atividades, realizam o trabalho da formulação da trama, mas nesse caso a remuneração inexistente.

Além desses trabalhos, fundamentais para o desenrolar dos acontecimentos, os participantes se encarregam da limpeza e manutenção do cenário e de sua própria alimentação, além do trabalho mais importante para a emissora: o marketing realizado

nas mais variadas atividades. Realizam, desse modo, um trabalho polivalente; mais que isso, realizam um trabalho total, por se desenrolar ao longo de uma jornada absoluta, mas também por abarcar cada traço de sua subjetividade, e dela extrair o produto final: o entretenimento. Já os telespectadores contribuem com um monumental “marketing espontâneo” a cada comentário postado em cada meio de comunicação disponível, em especial a internet. A empresa transmissora não lucra apenas graças ao sucesso mercadológico de seu produto, mas também a uma nova forma de exploração do trabalho, que não se traduz em emprego.

Ao mesmo tempo, a indústria cultural aumentou o poder sobre seus empregados “clássicos”, atores e roteiristas, por dispor de uma imensa massa de mão de obra desqualificada e disponível. Isso ficou bastante claro na greve dos roteiristas norte-americanos de 2007, quando muitos *reality shows* foram utilizados como substitutos para a programação então esburacada.

A mudança de perspectiva com relação à participação no *Big Brother* em particular, e nos *reality shows* em geral, pode ser ampliada para outras formas de entretenimento, em especial àquelas ligadas às novas tecnologias. No *You tube*, por exemplo, são os próprios consumidores os produtores não remunerados da empresa. Essas indistincões na organização do mundo do trabalho contemporâneo possibilitam a multiplicação de trabalho para o capital sem que esse seja visto como tal, sem que tenha o reconhecimento público que outrora a forma emprego lhes garantia.

Bibliografia

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ANDREJEVIC, Marc. *Reality TV: the work of being watched*. Rowman & Littlefield publishers inc, 2003.

ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy. *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo: Boitempo, 2009.

BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas*. V. I; II e III. São Paulo: Brasiliense, 1996.

- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *El nuevo espíritu Del capitalismo*. Madrid: Ediciones Akal, S.A., 2002.
- BONETTI, Michel; DESCENDRE, Daniel; GAULEJAC, Vincent de; PAGÈS, Max. *O Poder das Organizações*. São Paulo: Atlas, 2008.
- BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. *Videologias*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2004.
- DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEJOURS, Christophe. *A banalização da injustiça social*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- GAULEJAC, Vincent de. *Gestão como Doença Social*. Aparecida: Idéias & Letras, 2007.
- LÓPES-RUIZ, Oswaldo Javier. *O Ethos dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Sociologia do IFCH – Unicamp, 2004.
- MARX, Karl. *O Capital: Crítica da Economia política*. Vol I. São Paulo: Nova Cultural, 1978.
- OLIVEIRA, Francisco de. “Passagem na Neblina”. In: *Classes Sociais em Mudança e a Luta pelo Socialismo*. Coleção Socialismo Em Discussão. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2000.
- ROSSO, Sadi Dal. *Mais trabalho! A intensificação do labor na sociedade contemporânea*. São Paulo: Boitempo, 2008.
- SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- ZIZEK, Slavoj. *Eles não Sabem o que Fazem – O Sublime Objeto da Ideologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1992.