

O PANÓPTICO INVERTIDO DO BIG BROTHER BRASIL

Flaviano Silva Quaresma*

Resumo: Tomando como referência o estudo da estrutura panóptica do programa *Big Brother Brasil* da Rede Globo, este texto faz uma análise da relação de poder entre a produção e a recepção (no âmbito da construção do novo formato) na perspectiva gramsciana de hegemonia. A análise mostra que a estrutura de poder no programa com o modelo panóptico “atualizado” tem função meramente representativa de um simulacro panóptico-urbano e que é espaço em que grupos hegemônicos e subordinados disputam e negociam o sentido social.

Palavras-chave: Televisão; Culturas Populares; Cultura Hegemônica.

Ao analisar uma provável relação de poder entre o programa *Big Brother Brasil* e o seu público no âmbito da produção com a pesquisa *Estrutura Panóptica do Big Brother Brasil*, no Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC/CNPq-2002/2003) da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), partindo do pressuposto de que a enunciação televisiva tem uma estrutura panóptica “atualizada”, encontramos na teoria de *hegemonia* de Gramsci a contribuição inicial para compreender o processo consensual pelo qual se mune a produção do programa. A participação popular efetivamente operante dentro do formato, apenas reforça o que Gramsci (*apud* Ortiz, 1980) afirma sobre a relação entre culturas populares e poder hegemônico, de que a participação acontece com “pedaços” da cultura “dominante” e as “sobras” das culturas passadas, mas se conservando no conjunto, no domínio da cultura hegemônica.

A teoria de hegemonia explica a relação de consenso entre os “participantes” e a “produção” e entre o programa como um todo e o seu público. Empréstimo de um pouco de si de ambos os lados, para se definir o produto final. Renato Ortiz (1980) vai dizer que entre a ação das classes subalternas e a teoria, permanece um *hiatus* e que esta é para Gramsci a causa principal da hegemonia das classes dominantes sobre as massas populares.

Esta análise vislumbrou perceber o enquadramento no qual se inseria o “novo” formato televisivo: na convergência da ruptura paradigmática do poder dominante sobre o oprimido para um poder hegemônico (dominante) que negocia espaço com a classe subalterna. É a inversão do sentido dispositivo Panóptico. A relação de força desvaneceu-se e prevalece, hoje, segundo Gramsci, a negociação, porém ela não ocorre sem contradições nem conflitos.

Pereira (2002) enfatiza que o olho dos meios de comunicação pertence a um Narciso às avessas: precisa de formas exteriores para ser aceito. Nesta busca, cada vez mais fomentada pelo comércio cultural midiático, por formatos e novos posicionamentos que se enquadrem nas novas propostas globais de comunicação, está a produção da reprodução do ambiente-sociedade, atores-sociais/homens-midiáticos, pertencente à intensa complexidade que orienta as nuances desse processo. Mesmo reconhecendo uma reprodução exagerada no programa, a da hiperrealidade, também é possível assinalar uma abertura para a inserção de aspectos da cotidianidade, seguidamente de personagens de contextos populares ou fora do contexto da mídia.

* Jornalista e mestrando do Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local do Departamento de Educação da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). flaviano@miraimidia.com.br
– Autor.

Vemos como 1984, obra de George Orwell (1984), tornou-se, de certa forma, inspiração exterior para o programa *Big Brother*, também produto híbrido (Canclini, 2005). A partir dessa construção é possível observar as relações íntimas de estruturas de vigilância, porém *atualizadas*, semelhantes às que foram elaboradas pelo jurista britânico Jeremy Bentham: o *Panóptico*. Mesmo assim, essa relação de força coerciva e de disciplinamento vai de encontro ao entendimento dos meios que compreendem os produtos culturais como agentes da reprodução social, acentuando sua natureza complexa, dinâmica e ativa na construção da hegemonia. Os meios não são mais como simples instrumentos de manipulação e controle da classe dirigente.

Nessa perspectiva de poder e dominação, Foucault (*apud* Machado, 1993) dizia que nossa sociedade é menos a dos espetáculos do que a da vigilância. E a sabedoria dessa estrutura social está em transformar o próprio espetáculo em observatório de vigilância. Porém, o poder dominante, agora hegemônico, não é alienante como pensavam os teóricos frankfurtianos. Observa-se nesse espaço de vigilância, a negociação, o conflito e o consentimento por parte das culturas populares.

De acordo com a definição de Machado (1993) o *Panóptico* é, em essência, uma escola de virtudes, onde personagens odiosos encenam diariamente o drama da punição. Como tal, ele deve ser aberto à visitação pública, deve ser um local de instrução, um teatro educativo para onde os pais levam em passeio seus filhos, considerados criminosos potenciais. Essa circulação intensa e constante de pessoas faz aumentar para o prisioneiro o risco de ser surpreendido, ampliando, portanto, a eficácia do dispositivo e submetendo ainda o arbítrio do vigia ao controle público. A eficácia do panóptico reside na despersonalização do poder, na sua transformação em pura figura geométrica, uma arquitetura exemplar de que todos participam em alguma instância. Supõe-se que, como nos presídios, o *Big Brother* carregue essa magnitude de um “local” aberto à visitação pública, um local de instrução, um teatro educativo para onde os receptores levam em passeio seu imaginário.

A natureza coerciva do Panóptico, segundo Machado, permitiria reformar a moral dos homens, difundir a instrução, incrementar a produtividade industrial, aumentar a eficiência de todos os ambientes de trabalho, inibindo, em contrapartida, a desobediência às leis, à improdutividade e à subversão da ordem. O Panóptico é compreendido como um modelo universal de máquina disciplinar, um dispositivo fechado destinado a definir as relações de poder na vida cotidiana e a preservar as prerrogativas da lei e da ordem. Não seria possível, diante do desenvolvimento dos estudos em comunicação na sociedade contemporânea regressar para o pensamento apocalíptico da Escola de Frankfurt. Negariamos as culturas populares (Canclini, 1983) como os espaços em que grupos hegemônicos ou subordinados, e ainda excluídos, disputam e negociam o sentido social.

Nesse caso, a inversão do panóptico no programa está ligada ao compromisso com as relações culturais, mas muito disposto a ser flexível porque o que está em jogo é o capital investido na produção, o retorno triplicado do investimento e a sua aceitação pelo público. Isto não se produz de forma mecânica, senão adaptando-se continuamente às pressões e às contradições que emergem da sociedade, e englobando-as e integrando-as no próprio sistema cultural.

Até o próprio esquematismo de interatividade entre o público e a produção revela-nos a relação de negociação existente. A vigilância é função representativa de um código de liberação para os personagens e outro código de representação de simulacro para o público, cujos designantes são os olhos técnicos espalhados na paisagem da casa.

Segundo Canclini (2005), consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo. É nessa vertente que se apóia o estudo que está sendo desenvolvido no Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Rural da Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE), na linha de Políticas e Estratégias de Comunicação. Canclini afirma que nas sociedades contemporâneas, boa parte da

racionalidade das relações sociais se constrói mais do que na luta pelos meios de produção, pela disputa em relação à apropriação dos meios de distinção simbólica.

Por esse motivo, fazia-se necessário definir que tipo de relação de poder engendra a configuração do sentido do *Big Brother Brasil* no âmbito da produção para guiar a proposta de estudo de recepção, apoiado na perspectiva das *mediações culturais* de Barbero (2001). Vale salientar, ainda, que estamos cientes de que, como assinala Tauk Santos & Nascimento (2000), as mediações culturais não são modelos prontos que o pesquisador se apropria para explicar um determinado fenômeno na audiência, “trata-se antes de uma construção que permite a cada objeto de estudo revelar ao pesquisador as mediações ‘por excelência’ intervenientes em cada processo de comunicação”.

A perspectiva dos estudos de recepção adotada para a pesquisa pensa a recepção como contexto complexo e contraditório. “De como a cultura e ideologia, sempre seguindo referenciais de classe social, encontram na sociedade anil o espaço de negociação do poder, e, na sociedade política, o espaço de seu exercício” (SOUZA, 2002, p.26). Nesse caso, há um resgate da autonomia da cultura como agente no processo de negociação do poder. Como afirma Souza (2002, p.26), embora esse quem da comunicação, esse, sujeito, teoricamente ainda não esteja configurado, sabe-se que ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e de produções incessantes de sentido na vida cotidiana.

Assim, resgata-se no receptor também um espaço de produção cultural, “é um receptor em situações e condições, e por isso mesmo cada vez mais a comunicação busca na cultura as formas de compreendê-lo, empírica e teoricamente”. Segundo Souza, esse receptor é melhor percebido no mundo da cultura em produção, mais popular, em que a própria comunicação se encontra, daí surgindo novas chances para o encontro do sujeito. Para o autor, a noção de cotidiano, tanto quanto a de práticas de pessoas e grupos sociais, é uma primeira aproximação importante para destacar o que vem se colocando como prioridade no estudo da interação comunicação-cultura. Enfatiza: “a comunicação pode ser vista com base nessas práticas, ou seja, nessa visão de cultura” (SOUZA, 2002. p.35).

Nesse contexto, estão as culturas populares, que se constituem, segundo Canclini (1983), por um processo de apropriação desigual dos bens econômicos e culturais de uma nação ou etnia por parte dos seus setores subalternos, e pela compreensão, reprodução e transformação, real e simbólica, das condições gerais e específicas do trabalho e da vida. Canclini afirma que as culturas populares realizam uma reelaboração específica das suas condições de vida através de uma interação conflitiva com os setores hegemônicos.

O estudo proposto, em fase de implementação, quer saber os usos que um dado universo de amostra populacional no contexto rural, são feitos pelos sujeitos do processo, das mensagens do *Big Brother Brasil*. O nosso objetivo é compreender as culturas populares através de sua conexão com os conflitos de classe e com as condições de exploração sob as quais esses setores produzem e consomem — como assinala Canclini (2005, p.46).

REFERÊNCIAS

CANCLINI, Néstor García. **As culturas Populares no Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: Edusp, 2005.

MACHADO, Arlindo. **Máquina e Imaginário: o desafio das poéticas tecnológicas**. São Paulo: Edusp, 1993.

MARTÍN-BARBERO, J. & REY, G. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

ORTIZ, Renato. **A consciência Fragmentada.** Ensaios de Cultura Popular e Religião. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

ORWELL, George. **1984.** São Paulo: Editora Nacional, 1984.

PEREIRA, Wellington. **O Beijo da Noiva Mecânica: ensaios sobre mídias.** João Pessoa, PB: Ed. Manufatura, 2002.

SOUZA, Mauro Wilton de. **Recepção e comunicação: a busca do sujeito.** SOUZA, Mauro Wilton de. (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor.** São Paulo: Brasiliense, 2002.

TAUK SANTOS, M. Salett; NASCIMENTO, M. Rocha do. **Desvendando o Mapa Noturno: análise da perspectiva das mediações nos estudos de recepção.** Novos Olhares. São Paulo: ano II, n.5, 1º semestre de 2000.