

**A CONSTITUIÇÃO DE REALIDADES A PARTIR DO *FANDOM* CLANESSA:  
Reverberações na dinâmica transmidiática do Big Brother Brasil 14**

**Arthur Guedes Mesquita<sup>1</sup>**

**Resumo:**

O *reality show* Big Brother Brasil possui uma transmissão multiplataforma, na qual fica evidente uma dinâmica transmidiática constituída na relação entre diversas mídias que envolve audiência engajada e participativa. Na 14<sup>a</sup> edição do programa, o surgimento do *fandom* Clanessa, conformado a partir do relacionamento das participantes Clara e Vanessa, foi capaz não somente de influenciar os rumos do jogo, mas de instaurar um entrecruzamento de realidades. Partindo das conceituações de James, Schütz, Berger e Luchmann, as noções de realidades marcam um ponto de interseção com as três realidades atreladas ao fazer televisivo, segundo Duarte. Dessa forma, a relação entre Clanessas e BBB se deu a partir de uma ligação emocional da comunidade de fãs com as participantes, instaurando realidades atreladas a esta dinâmica.

**Palavras-chave:** *Reality show*. BBB. Realidade. Transmídia. Clanessa.

## **O CENÁRIO TRANSMIDIÁTICO**

O *reality show* emerge no contexto midiático como expressão contemporânea da hibridização dos gêneros televisivos. Segundo Castro (2006, p. 28), o programa traz embutidos formatos já conhecidos da audiência, ao agregar características das telenovelas, dos programas de auditório, dos documentários, dos programas de concurso e do jornalismo. Dessa forma, a noção de gênero televisivo se mostra não atrelada a um formato específico do fazer televisivo, mas explicita camadas de sentido que são capazes de se sobrepor em um mesmo produto.

É o caso do Big Brother Brasil (BBB), programa que se caracteriza por uma transmissão multiplataforma em que o espectador é convidado a fazer parte de sua dinâmica por meio de outros canais. A partir disto, é possível identificar uma dinâmica transmidiática

---

<sup>1</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Minas Gerais. E-mail: [arthurgmesquita@gmail.com](mailto:arthurgmesquita@gmail.com).

constituída na relação entre diversas mídias que envolve audiência engajada e participativa. Para Gambarato, transmídia é uma história que se dá através de múltiplas plataformas na qual cada novo texto cria uma contribuição valiosa e distinta para o todo. “In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best” (GAMBARATO, 2012, p. 72), ou seja, o engajamento do público não se dá pela variedade de histórias explorando um mesmo texto, mas na diversidade de textos que são derivados de uma história pervasiva apresentada pelo programa televisivo.

*Big Brother* operated on and was accessed through multiple sites, it was not a single text in a simple sense, yet neither was it a set of fragmented and different texts. Instead, the combination of textual nodes working in a complex relationship seemed to confirm that there was something called ‘Big Brother’ but that it wasn’t confined by or limited to a television program (TINCKNELL; RAGHURAM, 2002, p. 213).

Neste cenário, o meio televisivo – não atrelado ao suporte televisão, mas a um conjunto de relações e processos – desenvolve percursos ao constituir realidades de ordens diversas que, embora se construam de formas distintas, se afetam mutuamente. Segundo Duarte (2004, p. 82), estas conformações se dão em três níveis: metarrealidade, suprarrealidade e pararrealidade.

O primeiro faz referência a uma realidade marcada por acontecimentos externos não controlados pela produção televisiva. Trata-se de uma tentativa de representar fielmente esse mundo exterior, na qual as noções de verdade e autenticidade permeiam suas práticas ao passo que organizam sua lógica a partir de certa referencialidade deste universo que a extrapola. Já o segundo diz respeito a uma realidade que busca certa coerência interna ao discurso produzido por ela, não se submetendo a um confronto com seu mundo externo, ou seja, é um nível que se baseia em suas próprias regras de funcionamento ao se pautar em um universo marcado por elementos de ficção. E, por fim, o terceiro que se constitui como uma camada artificial ao ter como referência acontecimentos construídos no interior do próprio meio a partir de um mundo real paralelo ao exterior. Suas regras de operação são estabelecidas por aqueles que provocam e tentam controlar seus desdobramentos a fim de

apresentar um mundo autêntico em relação aquilo que a produção televisiva procura disponibilizar como verdadeiro.

No caso do Big Brother Brasil, ainda que os outros dois níveis sejam identificáveis na constituição do programa, a pararealidade emerge de forma mais explícita. A dinâmica do *reality show* implica certas conformações que ora não necessitam fazer referência a elementos do mundo exterior à sua lógica, se aproximando de uma linguagem abarcada por aspectos ficcionais, ora precisam convocar noções que refletem o mundo externo ao programa para que o público identifique estes elementos com familiaridade.

Desse modo, a artificialidade geralmente atrelada ao formato *reality show* surge como alternativa prática de incluir os espectadores no programa, mas de forma controlada. Esta tentativa de convocar de maneira limitada pode ser descrita como uma dinâmica transmidiática interativa (GAMBARATO, 2012, p. 74), na qual há a permissão para que o público decida o caminho da história a partir de espaços oferecidos pelo programa, embora não os tome como co-criadores capazes de alterar a história. Durante o BBB, é possível observar esta relação nas eliminações dos participantes que se dão por meio dos votos do público, isto é, o programa convoca a interação dos espectadores para eliminar alguém da casa, mas essa interferência direta possui lugar e tempo delimitados.

Entretanto, o engajamento do público extrapola os limites impostos pelo programa. No decorrer do *reality*, tornou-se comum a produção de conteúdos não oficiais por parte do público. Neste sentido, uma lógica transmidiática participativa (GAMBARATO, 2012, p. 74) também é identificada, visto que um projeto participativo convida seu público para um engajamento capaz de expressar sua criatividade, permitindo que os espectadores engajados influenciem os resultados finais. Lógica esta que corrobora com um dos principais objetivos do Big Brother: o de criar conversações, afinal, “everyone in the house was not just there to be looked at, but there to be talked about” (SCANELL, 2002, p. 279).

Este contexto participativo configurado a partir do BBB é marcado principalmente pela relação estabelecida entre sujeitos do próprio público que querem se fazer ouvidos. A *web*, então, se torna um espaço potencial de visibilidade, em especial nos *sites de redes sociais* (SRS) que acabam por “promover e exacerbar a comunicação, a troca de informação, o compartilhamento de vozes e discursos” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 50). Por isso, o

ambiente virtual se constitui não apenas como uma extensão da televisão, mas como uma ferramenta para transformá-la, por meio do intercâmbio de ideias entre os indivíduos.

Dessa maneira, os espectadores se organizam em comunidades virtuais pautadas pelos assuntos que lhes interessam. Os agrupamentos resultantes desta dinâmica são auto-organizados, por não apresentarem uma hierarquia formal, e são essencialmente emergentes, por serem formados de maneira espontânea e imprevisível pelo público. O aspecto que conecta os indivíduos neste contexto deriva de um interesse comum: o Big Brother Brasil.

'Comunidade' era geralmente constituída por pessoas que convivessem nos limites de um espaço geográfico, compartilhando hábitos, costumes, práticas e tradições. A internet provocou uma alteração sem precedentes nesse conceito. Uma comunidade virtual não reúne mais pessoas com *vários* elementos em comum; ao contrário, as comunidades na internet tendem a se orientar ao redor de um único ponto de afinidade e, dessa maneira, constroem-se relações sociais voltadas para somente um objetivo relacionado com o objeto ou tema de afinidade comum (MARTINO, 2010, p. 187).

Na 14<sup>a</sup> edição do programa, um dos acontecimentos mais importantes foi o surgimento do *fandom* Clanessa, conformado a partir do relacionamento entre as participantes Clara e Vanessa. Nesse caso, o interesse comum não era o programa, ou a individualidade das participantes, mas a relação estabelecida entre elas. Segundo Maryw<sup>2</sup>, uma Clanessa<sup>3</sup> declarada, no BBB14, “nós temos um *fandom*. Esse *fandom* não monta estratégia. Não pensa no jogo. Esse *fandom* assiste o BBB olhando Clara e Vanessa. Batizadas de Clanessa. Nome que até o Bial tá usando. É comum e vem de outras edições isso aí. De fazer OTP<sup>4</sup> de casal em BBB. A diferença é a proporção e a carga narrativa”.

Para Duffet (2013, p. 210), não existem limites para as criações geradas no interior de um *fandom*, visto que elas são fruto da imaginação de seus membros. Por esse motivo, seus objetos podem ser reais ou ficcionais, podem estar vivos ou mortos, podem ser personagens fantasiosos ou fantásticos. Em situações de *fandom* formados a partir de programas

---

<sup>2</sup> <http://beauvoriana.wordpress.com/author/maryw1>

<sup>3</sup> Os participantes do *fandom* se intitulavam Clanessas.

<sup>4</sup> Sigla que significa *One True Pairing* e faz referência à melhor combinação de personagens em um *fandom* segundo seus membros.

televisivos, Duffet afirma que o engajamento se dá pela combinação de dois pressupostos: “an emotional attachment to someone or something and a recognition that he, she or it has social power (usually denoted by popularity)” (DUFFET, 2013, p. 161). Na dinâmica das Clannessas, o fato de o casal ser formado por duas mulheres representou algo para além do programa e sua repercussão se deu a partir do envolvimento emocional do público com o relacionamento das participantes.

Este sentimento foi capaz de transformar a forma como as Clannessas agiam no desenrolar do jogo. O *fandom* adquiriu características de torcida organizada, ao se focar na lógica de jogo do *reality*. Se antes não havia um planejamento de estratégias bem definido, ao se organizarem com o intuito de levar ambas as participantes para a final, o *fandom* se viu motivado a interferir de forma direta nos rumos do programa. Não mais se focavam em somente criar narrativas paralelas ao *reality*, mas se organizavam para permitir que o relacionamento perdurasse no espaço privilegiado de visibilidade oferecido pelo BBB.

Neste quadro, as realidades distintas constituídas pelos diferentes sujeitos em relação se encontram conectadas em associações que passaram a existir a partir do momento em que se realizaram. Os cruzamentos narrativos estabelecidos pelo *fandom* inauguraram alguns desdobramentos que, de certa forma, romperam com o “contrato de realidade” do *reality*. Para Jones (2003, p. 402), embora este acordo deva ser negociado entre programa e espectadores, sua natureza requer um grau de suspensão da descrença.

This ‘reality contract’ might best be defined as the relatively stable understanding that the audience achieves after sufficient encounter with a genre, enabling it to predict with a degree of security the extent to which it can credit the programme with ‘reproducing reality’ (JONES, 2003, p. 402).

Após 12 anos de programa, o público já espera certo padrão nas reverberações configuradas a partir do BBB, visto que o *reality show* opera suas reivindicações de realidade dentro de uma artificialidade totalmente gerenciada (CORNER, 2002, p. 256), na qual quase tudo pode ser considerado real ao se basear na presença constante de câmeras no cotidiano dos participantes. No entanto, os textos gerados pelas Clannessas emergiram em ambientes não controlados pela produção do BBB. Dessa forma, suas repercussões, apesar de visíveis nos

resultados semanais do programa, foram dotadas de certa invisibilidade para o espectador comum que acompanha o *reality show* apenas pela transmissão televisiva.

Deste cenário, decorreu uma divisão entre espectadores: aqueles que se interessavam pelo jogo em si, desdobrados em torcidas organizadas, fãs do programa, fãs de participantes, admiradores do *reality show*, dentre outros, e as Clanessas, o *fandom* que tinha como objetivo aproximar a realidade ficcional de suas narrativas à lógica artificial presente na realidade do BBB. Segundo Campanella (2012, p. 217), um dos principais combustíveis para o crescimento das comunidades de discussão sobre o BBB é a insatisfação gerada pela maneira como o programa edita as imagens que veicula, ou seja, a realidade construída pela produção do *reality*, geralmente, disponibiliza elementos para a criação de inúmeras outras por parte dos espectadores.

A superposição dos níveis de realidade explicita uma relação em constante movimento, na medida em que este entrecruzamento é estabelecido por meio de redes organizadas durante seu contexto de configuração.

A ‘realidade’ não possui um status estável e definitivo. Para Latour (2005a) ela é um enunciado difícil de derrubar, sendo composta por redes de matérias heterogêneas (humanos e não-humanos) que estão reunidas momentânea e localmente (LEMOS, 2013, p. 41).

Para James (1890), a sensação de realidade parte de uma relação estabelecida com a vida prática e emocional do indivíduo. Afirmar que algo é real, ou seja, que está em um estatuto de realidade, é explicitar que aquela realidade existe em relação ao sujeito que a identificou. “In this sense, whatever excites and stimulates our interest is real; whenever an object so appeals to us that we turn to it, accept it, fill our mind with it, or practically take account of it, so far it is real for us, and we believe it” (JAMES, 1890, p. 295). Por esse motivo, torna-se possível dizer que existem várias ordens de realidade, cada uma com suas peculiaridades ao se destacar do mundo da vida cotidiana<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Se assemelhando à noção de mundo exterior na perspectiva de Duarte (2004), “the world of everyday life is not only taken for granted as reality by the ordinary members of society in the subjectively meaningful conduct of their lives. It is a world that originates in their thoughts and actions, and is maintained as real by these.” (BERGER; LUCHMANN, 1966, p. 33)



Esta ideia corrobora com a conceituação de *Lebenswelt* para Alfred Schütz, que significa um conjunto de todas as realidades que o homem experimenta.

Ela representa uma realidade dada de forma indiscutível, e, sendo assim, é o centro enquanto objetivo das nossas ações, pelo fato de a encarmos por meio de uma atitude natural (*natürliche Einstellung*), como Husserl a chamou. No entanto, para Schütz, não se trata de um mundo privado ou solipsista, mas sim, intersubjetivo e, com isto, social. Ele necessita de uma interpretação permanente dos indivíduos que atuam nele e para ele. Pois somente através de uma interpretação e de um aproveitamento dos meus acontecimentos passados e dos acontecimentos dos outros é que posso orientar-me no *Lebenswelt* e experimentar sentidos (SCHRÖDER, 2006, p. 203).

Nesta perspectiva, é possível identificar a importância do ato interpretativo na constituição do mundo, visto que o significado de um objeto somente se constrói como tal a partir da percepção de um sujeito. Dessa forma, Schütz propõe realidades imbricadas em multi-versos – e não em um uni-verso – como maneiras de perceber o espaço social construído pelo sujeito, isto é, “como a existência depende basicamente da interpretação de sujeitos singulares, por conseqüência, também haverá tantas áreas de existência como haverá mundos de sentido gerados de forma interpretativa” (SCHRÖDER, 2006, p. 203). Portanto, o movimento de uma realidade a outra não necessariamente implica uma mudança espacial, mas uma alteração cognitiva que permite experimentar mais do que apenas uma realidade ao mesmo tempo.

No entanto, por mais diversas que estas realidades possam ser, elas não são descoladas da estrutura e dos princípios do *Lebenswelt*, ao se manterem integradas em um mundo de sentido superior que amarra estas diferentes esferas em uma dimensão simbólica de significados comuns. Este terreno compartilhado é o que permite a experimentação de realidades pelos outros indivíduos, tendo em vista a necessidade de estes multi-versos serem percebidos como inteligíveis pelos demais sujeitos afetados.

## **A REALIDADE DAS CLANESSAS**

Embora as análises de Schütz e James façam referência a realidades institucionalmente constituídas no cotidiano, como religião, mitologia ou literatura, esta abordagem pode ser aproximada de construções sociais e intersubjetivas que emergem do contexto coletivo dos sujeitos. Um exemplo desta dinâmica é a realidade apresentada pelo *reality show*, que, em certa medida, abandona exigências do cotidiano (mundo exterior) para operar em um nível de realidade legitimado por ele próprio (pararrealidade). A constituição deste outro universo, contudo, traz elementos familiares do mundo comum de modo que os pontos de encontro entre as realidades ofereçam premissas para o entendimento do seu processo de configuração.

A realidade mostrada pelo Big Brother Brasil construída no desenrolar do programa explicita a pluralidade de universos conjugados na dinâmica do *reality*. A interação estabelecida intersubjetivamente entre os participantes é perpassada tanto pela relação entre eles e o programa, quanto entre eles e o público. Dessa forma, cada um desses recortes apresenta uma maneira de olhar para os níveis de realidade que emergem no campo simbólico do BBB, agregando sentidos para a interpretação dos espectadores.

Além destes enquadramentos, é possível observar mais um nível de realidade conformado a partir da interação entre indivíduos do próprio público. É o caso das Clannessas, que se colocaram em relação ao se verem afetadas pelos acontecimentos do programa. A capacidade interpretativa dos sujeitos que originaram o *fandom* trouxe para um espaço de visibilidade questões que permeavam seus respectivos cotidianos, dando novos sentidos às narrativas transmitidas pelo *reality show*. Esta dinâmica pode ser observada em comunidades de fãs, nas quais a produção independente de textos reforça os laços entre seus indivíduos e cria um patrimônio de significados como território comum de suas relações.

No caso do BBB, “a audiência interfere na construção do produto ao mesmo tempo em que o consome” (CAMPANAELLA, 2012, p. 207) e, na 14ª edição, essa relação não se deu de forma diferente. A distinção, entretanto, ocorreu na maneira de o público receber a realidade configurada pela produção nas edições diárias do programa. A novelização (CAMPANELLA, 2012, p. 233) das edições do BBB, isto é, a apresentação de versões mais ficcionalizadas dos eventos ocorridos no *reality* foi percebida pelos espectadores como um falseamento da realidade dos participantes. Desse modo, a insatisfação com o recorte



# 10º interprogramas de **mestrado** FACULDADE CÁSPER LÍBERO

mostrado pelo programa serviu de pretexto para a busca de realidades mais completas, segundo os fãs, e para a produção de realidades subjetivas que emergem do imbricamento do cotidiano do espectador com a realidade dos participantes.

Para as Clanessas, o acontecimento determinante para o desenvolvimento do *fandom* e de suas narrativas foi o primeiro beijo entre Clara e Vanessa no dia 19/01/2014 durante a Festa Prata. O início do relacionamento das participantes foi o que deu força para a formação da comunidade de fãs. A partir disso, a organização em torno do cotidiano de Clara e Vanessa se tornou a principal motivação para o acompanhamento do programa por parte das Clanessas. Desse momento em diante, o foco do *fandom* era a relação das participantes e seus desdobramentos no contexto do jogo do BBB.

Segundo as Clanessas Rosali e Vanessa durante o programa Encontro com Fátima Bernardes do dia 09/04/2014<sup>6</sup>, o objetivo da comunidade era levar ambas as participantes até a final do programa por meio de estratégias muito bem organizadas. Enquanto outros espectadores e torcidas organizadas votavam em enquetes de outros portais, as Clanessas se dividiam em mutirões para votar no site do BBB. Afinal, são os votos que, de fato, eliminam os participantes do programa.

O dia 01/04/2014, a final do programa, é um exemplo dessa movimentação. Enquanto as enquetes dos outros portais apontavam Angela como a vencedora do BBB14, Vanessa foi a campeã da 14ª edição. Este fato pôde ser percebido durante todo o desenrolar do Big Brother Brasil, visto que, desde a segunda semana de programa, as enquetes não acertavam quem seria eliminado. A diferença entre as porcentagens marcou a força da comunidade de fãs das Clanessas. Vanessa se consagrou campeã com 53% dos votos, enquanto Angela recebeu 28% e Clara 19%<sup>7</sup>.

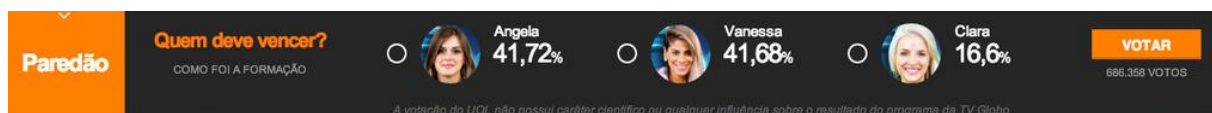


Figura 1: Screenshot da enquete do UOL, no dia 01/04/2014, às 14h51.

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=XpGZfV5UYLE>

<sup>7</sup> <http://gshow.globo.com/bbb/bbb14/noticias/noticia/2014/04/vanessa-e-grande-vencedora-do-bbb14.html>

A decisão de focar os votos na Vanessa foi tomada após deliberação do *fandom* para que a votação não resultasse na vitória de Angela, ao se tornar dispersa. Segundo Deborah, durante o Encontro, a comunidade decidiu pela Vanessa pelo fato de a participante ser protetora animal e por ter prometido parte do prêmio para a causa.

A definição de estratégias para a permanência das participantes no jogo marcou uma clara sobreposição de realidades. Para Juliana, durante o programa de Fátima Bernardes, o acompanhamento e a organização da comunidade de fãs passou a fazer parte da sua vida no desenrolar do BBB. Assim, como da maioria das Clanessas. O cotidiano destes espectadores foi tomado pelos acontecimentos e pelas reverberações do cotidiano de Clara e Vanessa. Enquanto as ações das participantes no programa davam elementos para a interpretação dos fãs, a movimentação dos fãs permitia que as participantes permanecessem no *reality show*. Esta dinâmica marca uma relação de mútua-afetação, em que a presença de um consumidor engajado e participativo produz desdobramentos diretos nos rumos do jogo.

Neste contexto, as dimensões de realidade dos indivíduos inseridos na comunidade de fãs são sobrepostas em um processo de constante reconfiguração, ao convocarem outras interpretações sobre os acontecimentos que os permeiam. A sobreposição de realidades no caso das Clanessas pode ser percebida em dois níveis: do espectador e do *fandom*.

## 1) DO ESPECTADOR

- a) O Big Brother Brasil organiza a realidade do programa obedecendo sua lógica própria (pararrealidade), sem perder a referencialidade do mundo externo para criar um terreno comum de sentidos para os espectadores (metarrealidade), ao passo que cria um universo fantasioso marcado por aspectos ficcionais (suprarrealidade);
- b) Os espectadores percebem esta realidade em suas dinâmicas cotidianas e a incluem em suas práticas rotineiras, seja apenas acompanhando o programa, seja participando de forma ativa na constituição do *reality*, por meio das votações;

- c) A realidade do BBB se reconstitui ao trazer a presença dos espectadores para seu desenvolvimento, visto que sua lógica de funcionamento implica a participação do público.

A organização das Clannessas se deu contida neste processo do espectador comum. No entanto, seus desdobramentos foram resultantes de dinâmicas extremamente objetivas relativas ao relacionamento das participantes no programa. Portanto, este segundo nível de percepção possui similaridades com o primeiro, mas apresenta um aprofundamento maior nos acontecimentos e um prolongamento maior nos desdobramentos.

## 2) DO FANDOM

- a) O Big Brother Brasil organiza a realidade do programa obedecendo sua lógica própria (pararrealidade), sem perder a referencialidade do mundo externo para criar um terreno comum de sentidos para os espectadores (metarrealidade), ao passo que cria um universo fantasioso marcado por aspectos ficcionais (suprarrealidade);
- No dia 19/01/2014, Clara e Vanessa se beijam, formando um casal na realidade do programa;
- b) Os espectadores percebem esta realidade em suas dinâmicas cotidianas e a incluem em suas práticas rotineiras, seja apenas acompanhando o programa, seja participando de forma ativa na constituição do *reality*, por meio das votações;
- Fãs organizam páginas no *Facebook*<sup>8</sup> e perfis no *Twitter*<sup>9</sup> em favor do casal Clannessas como reverberações da realidade do programa em suas rotinas;
  - Com a grande repercussão e o número cada vez maior de Clannessas, o *fandom* adquiriu elementos de um torcida organizada, por se mobilizar

<sup>8</sup> <https://www.facebook.com/clanessabbb14> Página administrada por Deborah.

<sup>9</sup> [https://twitter.com/Portal\\_Clanessa](https://twitter.com/Portal_Clanessa) e [https://twitter.com/Tropa\\_Clanessa](https://twitter.com/Tropa_Clanessa) Perfis administrados por Juliana.

em favor das participantes no contexto do jogo, e de uma comunidade de fãs, por se centrarem no relacionamento de Clara e Vanessa como ponto comum de afinidade;

- A partir desse momento, a realidade das participantes se configurou como ponto de interseção na realidade das Clans. O que acontecia no interior do *reality* se tornava um repositório para interpretação da comunidade de fãs.
- c) A realidade do BBB se reconstituiu ao trazer a presença dos espectadores para seu desenvolvimento, visto que sua lógica de funcionamento implica a participação do público.
- A constituição de narrativas ficcionais a partir dos acontecimentos relacionados a Clara e Vanessa inaugurou outra dimensão de realidade neste processo. Por exemplo, Valter Slim, outro participante do programa, mostrou interesse em Vanessa no decorrer do jogo<sup>10</sup>. Embora Slim não fosse considerado um vilão para o espectador comum, para as Clans, ele se tornou um alvo por ameaçar o relacionamento das duas participantes. Dessa forma, a realidade no interior do programa foi interpretada de outra maneira pelos fãs, que repercutiram o novo olhar em suas narrativas na tentativa de interferir nos rumos do próprio BBB. Nesse caso, o resultado foi a eliminação de Slim com um dos maiores percentuais de votos da edição<sup>11</sup>.

A configuração destas camadas de realidade explicitam que, apesar de a transmissão televisiva do programa ser a mesma para os espectadores, a leitura que cada indivíduo faz dela é única. Parafraseando Maurício Ricardo, chargista oficial do BBB<sup>12</sup>, cada sujeito é

---

<sup>10</sup> <http://gshow.globo.com/bbb/bbb14/noticias/noticia/2014/03/valter-avisa-que-furaria-os-olhos-de-clara-com-relacao-vanessa.html>

<sup>11</sup> <http://gshow.globo.com/bbb/bbb14/noticias/noticia/2014/03/valter-e-eliminado-do-bbb14.html>

<sup>12</sup> <http://globo.com/rede-globo/encontro-com-fatima-bernardes/v/assista-ao-clipe-de-mauricio-ricardo-para-clanessa/3269705/>

capaz de criar o seu próprio *reality show*, a partir de sua capacidade interpretativa. Este aspecto corrobora com a dimensão transmidiática do Big Brother Brasil, ao considerar as produções dos espectadores como parte constituída e constituinte da lógica multiplataforma do programa.

A presença de espectadores interativos, no sentido de se incluírem apenas nos espaços reservados pelo programa, e de espectadores participativos, aqueles que alteram criativamente o programa a partir da relação entre BBB e público, explicita a multiplicidade de camadas de realidade neste universo. A sobreposição destes níveis de realidade marca a complexidade de se pensar o *reality show* como espaço de constituições de realidades, ao atrelar a capacidade criativa emergente deste mundo simbólico aos processos interpretativos dos espectadores.

No cenário configurado pelas Clanessas, esta dinâmica fica ainda mais evidente. Ao serem afetados pela realidade do programa, os fãs se organizaram em torno do relacionamento das participantes, de modo que seu cotidiano foi abarcado por aspectos do *reality*. No entanto, os elementos transmitidos pelo BBB não determinaram a forma como eram interpretados, mas serviram como um terreno comum para a conformação do *fandom* e de seus próprios significados.

Ao final do Big Brother Brasil, a realidade do programa se tornou indissociada da realidade das Clanessas e vice-versa. Enquanto o *fandom* reagia às atitudes de Clara e Vanessa, o programa era afetado pelas reverberações destes espectadores. O espaço de imbricamento das realidades se tornou uma outra realidade, na qual a sobreposição delas foi capaz de desconstruir este espaço estabelecido, ao passo que o reconstruía em uma dimensão de permanente reconfiguração.

## REFERÊNCIAS

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **The Social Construction of Reality**: a Treatise in the Sociology of Knowledge. Londres: Penguin Books, 1966.

CAMPANELLA, Bruno. **Os olhos do Grande Irmão**: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2012.

CASTRO, Cosette. **Por que os reality shows conquistam audiências?** São Paulo: Paulus, 2006.

- CORNER, John. **Performing the real**: television in a post documentary culture. *Television and New Media*, vol. 3, nº 3, p. 255-269, 2002.
- DUARTE, Elizabeth. **Televisão**: ensaios metodológicos. São Paulo: Sulina, 2004.
- DUFFET, Mark. **Understanding Fandom**: an introduction to the study of media fan culture. New York/London: Bloomsbury, 2013.
- GAMBARATO, Renira. **Signs, Systems and Complexity of Transmedia Storytelling**. *Estudos em Comunicação*, nº 12, p. 69-83, 2012.
- JAMES, William. The Perception of Reality. In: **The Principles of Psychology**, Vol. II, Chapter XXI. New York: Henry Holt and Company, p. 283-324, 1890.
- JONES, Janet. **Show your real face**: a fan study of the UK Big Brother transmissions. *New Media & Society*, vol. 5, p. 400-421, 2003.
- LEMOS, André. **A comunicação das coisas** - Teoria Ator-Rede e cibercultura. São Paulo: Annablume, 2013.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Comunicação & identidade**: quem você pensa que é? São Paulo: Paulus, 2010.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do *Twitter*. São Paulo: Paulus, 2010.
- SCANELL, Paddy. **Big Brother as a television event**. *Television and New Media*, Vol. 3(3), p. 271-282, 2002.
- SCHRÖDER, Ulrike. **Do uni-verso ao multi-verso**: a relevância de Alfred Schütz para pesquisas no campo da Comunicação. *Contracampo*, vol. 14, p. 201-214, 2006.
- SCHÜTZ, Alfred. On Multiple Realities. **Philosophy and Phenomenological Research**, vol. 5, nº 4, p. 533-576, 1945.
- TINCKNELL, Estella; RAGHURAM, Parvati. **Big Brother**: reconfiguring the “active” audience of cultural studies? *European Journal of Cultural Studies*, vol. 5(2), p. 199-215, 2002.