



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

**A NARRATIVA TELEVISIVA DOS
REALITY GAME SHOWS:
REALIDADE E FICÇÃO NO PROGRAMA
*SECRET STORY – A CASA DOS SEGREDOS***

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação

Por

Joana Borges Almeida

Faculdade de Ciências Humanas

setembro 2012



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

**A NARRATIVA TELEVISIVA DOS
REALITY GAME SHOWS:
REALIDADE E FICÇÃO NO PROGRAMA
*SECRET STORY – A CASA DOS SEGREDOS***

Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa para
obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação

Por

Joana Borges de Almeida

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Prof. Doutor Eduardo Cintra Torres

setembro 2012

Resumo

O género *reality game show* tem marcado o panorama televisivo português sendo um sucesso de audiências. Em 2011, dez anos depois de o programa *Big Brother* ter surgido na televisão portuguesa, o mesmo canal televisivo apresenta, em horário nobre, outro programa dentro do mesmo género: *a Casa dos Segredos* (CS).

No âmbito dos estudos de televisão, analisando nomeadamente como se processa a construção da narrativa, a presente dissertação pretende compreender de que forma se processa a construção deste género de programas televisivos, a forma como se inter-relacionam os conceitos de realidade, ficção e jogo e, como se constroem as suas narrativas, através do estudo de caso desse programa.

Para isso, desenvolvemos uma análise textual e de conteúdo às emissões do programa, registando os diversos elementos narrativos e a forma como constroem o espetáculo televisivo, estabelecendo o protagonismo dos concorrentes, com o objetivo de compreender de que modo a narrativa televisiva influencia a construção dos concorrentes como personagens e a sua performance e autenticidade.

Os resultados da análise demonstram a procura de uma ficcionalização do real, uma construção de enredo por parte da produção do programa e, ainda, uma tendência parcial no protagonismo dos concorrentes associados, desde a gala de estreia, a personagens-tipo, cujas linhas narrativas ao longo das 13 semanas são exploradas pela produção. Deparamos com dois tipos de narrativas: a narrativa estruturante das emissões e as suas narrativas internas (narrativas pessoais, narrativa de jogo e metanarrativa). Na semana analisada em detalhe, notamos uma clara predominância das narrativas pessoais, seguidas da narrativa de jogo, sendo ambas incentivadas pelas atividades propostas pela produção. Verificamos uma desigualdade no protagonismo de cada um dos concorrentes, sendo recorrentemente os mesmos a possuírem visibilidade nos blocos de imagens transmitidos na televisão generalista. A produção, embora não possua total controlo dos acontecimentos, direciona as linhas narrativas dos concorrentes, segundo os seus interesses. Constrói-se uma «realidade artificial» que é tudo menos espontânea, existindo apenas a realidade do próprio programa televisivo.

Palavras-chave: Estudos Televisivos, Narrativa, *Reality Game Shows*, Ficção, Autenticidade, Montagem

Abstract

The genre of reality game show has been a milestone in the Portuguese television reaching high ratings. In 2011, ten years after the first season of Big Brother in Portuguese television, the same TV channel offers at prime time another programme within the genre.

In the television studies framework, analysing specifically the way the narrative process is constructed in this medium, the present dissertation aims to understand the narrative construction of this type of genre. More than seeking to understand the relation between the concepts of reality and fiction, we intend to systematize all narrative elements of our case study: the programme *Secret Story: A Casa dos Segredos*.

Therefore, we developed a textual and content analysis throughout the episodes of the programme studied, taking notes of its narrative elements: how the programme and its main characters are constructed and how the narrative process has an influence on their authenticity and performance.

The results of our analysis showed a fictionalization of the real. The story and the plot are carefully constructed by the programme's production team and the choice of the main characters featured on the programme's episodes is biased. Furthermore, each contestant has its own storyline, playing a type of character set out for each one of them in the opening episode of the show, being associated throughout the season with that type of character. Nevertheless, we were able to distinguish two types of narrative: the structural narrative of the episodes and the internal narratives (personal narrative, game narrative and meta-narrative). In the week of analysis, personal narratives were the dominant narrative throughout the week, followed by the game narratives. Both these narratives were clearly encouraged by the activities proposed by the programme's production team. Within our data analysis we were able to verify a clear inequality in the visibility of each contestant: the protagonists of the main segments of episodes were, repeatedly, always the same. Although the programme's production does not have total control of events in the house, they encourage some narrative lines of the contestants, according to their own interests. Last but not least, an artificial reality is constructed, a reality that can be anything but spontaneous, only existing in the reality of the medium.

Keywords: Television Studies, Narrative, Reality Game Shows, Fiction, Authenticity, Editing

Agradecimentos

Desejo agradecer a todos os que contribuíram para que conseguisse terminar esta etapa da minha progressão acadêmica. À minha família e amigos pela paciência e disponibilidade em ouvirem as minhas dúvidas e anseios e por estarem sempre presentes quando necessário.

Gostaria de agradecer à produção da TVI e da Endemol pela oportunidade de estar presente na gala de estreia da edição em análise. As entrevistas gentilmente realizadas na presente dissertação não teriam sido possíveis sem a sua disponibilidade.

Em particular, um muito obrigado ao meu orientador, o Prof. Doutor Eduardo Cintra Torres, pela disponibilidade, apoio, paciência, dedicação e profissionalismo.

A todos os demais, eles sabem quem são.

Índice de conteúdos

I. Introdução.....	11
II. Narrativa, televisão e <i>reality shows</i>	13
III. A construção da narrativa e os estudos televisivos.....	21
1. A narrativa televisiva.....	21
1.1. Elementos da narrativa.....	23
1.1.1. Enredo (<i>story</i> e <i>plot</i>).....	23
1.1.2. Personagens.....	24
1.1.3. Temporalidade.....	28
1.1.3.1. Ordem.....	29
1.1.3.2. Duração.....	30
1.1.3.3. Frequência.....	31
1.1.4. Espaço.....	31
1.1.5. O narrador e a narração.....	32
1.1.6. Focalização e ponto de vista.....	33
1.2. Estruturas universais da narrativas.....	34
1.2.1. Tzvetan Todorov.....	35
1.2.2. Vladimir Propp.....	36
1.2.3. Roland Barthes.....	36
1.2.4. Claude Lévi-Strauss.....	37
2. O modo televisivo: a <i>reality TV</i>	39
2.1. Origens do género: da <i>reality TV</i> ao <i>reality game show</i>	40
2.2. Características do género <i>reality game show</i>	41
2.3. Do <i>Big Brother</i> à <i>Casa dos Segredos</i> – panorama audiovisual português.....	42
2.4. Realidade e ficção.....	44
2.5. O Espetáculo televisivo do quotidiano (entre público e privado).....	46
2.6. Autenticidade e performance.....	48
2.6.1. Produção e montagem – uma vertente técnica.....	51
2.6.2. <i>Role playing</i> e tipificação de personagens.....	52

III. Narrativa e género na 2ª edição do programa <i>A Casa dos Segredos</i>	55
1.1. Apresentação do modelo de análise.....	56
1.2. Questões de investigação.....	57
IV. Metodologia	59
V. Análise textual e análise de conteúdo	61
1. Narrativa do programa e narrativa dos concorrentes.....	62
1.1. Elementos estruturais da narrativa diária.....	63
1.2. Elementos estruturais da narrativa semanal.....	67
1.3. As narrativas internas.....	71
1.3.1. As narrativas pessoais dos concorrentes.....	71
1.3.2. A narrativa de jogo.....	75
1.3.3. A metanarrativa e referências à realidade.....	78
2. Análise quantitativa – <i>A Casa dos Segredos</i> em números.....	78
2.1. Relevância das narrativas nas emissões do programa.....	79
2.2. Relevância das narrativas nas emissões semanais.....	82
2.3. Protagonismo dos segmentos.....	85
2.4. Montagem das imagens	89
3. Ficcionalização da Realidade.....	94
3.1. Caracterização das personagens – O papel dos concorrentes.....	96
3.2. Caracterização do narrador – O papel de Teresa Guilherme.....	99
3.3. Caracterização da narração da história – intervenções da «Voz».....	102
3.4. (Im)parcialidade da narrativa.....	103
VI. Conclusão: Realidade, ficção e jogo no programa <i>A Casa dos Segredos</i>	107
VII. Referências bibliográficas	109
VIII. Anexos	
a) Calendarização	

- b) Conceptualização
- c) Instrumento de observação: grelha de análise de conteúdo
- d) Tabelas ilustrativas – resumo da análise textual e de conteúdo
- e) Exemplo de grelha de análise textual e de conteúdo
- f) O Genérico – A apresentação dos concorrentes e do programa

Índice de figuras

<u>Figura 1.</u> Diversos níveis de personagens na <i>Casa dos Segredos</i>	26
<u>Figura 2.</u> Modelo de análise desenvolvido com base no enquadramento teórico.....	56

Índice de Quadros

<u>Quadro I</u> – Narrativas presentes na <i>Casa dos Segredos</i> e questões centrais.....	22
<u>Quadro II</u> – Aplicação das narrativas da CS aos modelos dos vários autores.....	38
<u>Quadro III</u> – Relevância entre o tipo de narrativa e o concorrente (<i>Diários e Extras</i>).....	81
<u>Quadro IV</u> – Relevância entre o tipo de narrativa e o concorrente (<i>Gala de Domingo</i>)...84	
<u>Quadro V</u> – Referência ao número de segmentos em que cada concorrente é protagonista.....	86
<u>Quadro VI</u> – Apreciação de cada concorrente.....	87
<u>Quadro VII</u> – Relevância dos diversos planos presentes nas emissões do programa.....	90
<u>Quadro VIII</u> – Relevância de cada concorrente na semana em análise (planos individuais).....	91
<u>Quadro IX</u> – Relevância de cada concorrente na semana em análise (planos partilhados).....	92
<u>Quadro X</u> – Relevância de cada concorrente na semana em análise (total).....	93

(em anexo)

Quadro XI. Calendarização

Quadro XII. Concetualização

Quadro XIII. Instrumento de observação: grelha de Análise

Quadro XIV. Segredos de cada concorrente (narrativa jogo – segredos)

Quadro XV. Estrutura narrativa dos *Diários* (segmentos presentes)

Quadro XVI. Estrutura narrativa dos *Extra* (segmentos presentes)

Quadro XVII. Estrutura narrativa das *Nomeações* (segmentos presentes)

Quadro XVIII. Estrutura narrativa das *Galas* (segmentos presentes)

Quadro XIX. Reportagens e convidados estúdio (*Extras*)

Quadro XX. Caracterização dos concorrentes (personagens-tipo criadas)

Quadro XXI. Presença da «Voz» nos segmentos das emissões *Diário e Extra*

Quadro XXII. Narrativas pessoais de cada concorrente

Quadro XXIII. Apreciação de cada concorrente

Quadro XXIV. Exemplo da grelha de análise da emissão *Gala de Domingo*

I. Introdução

A presente dissertação aborda o processo narrativo dos *reality game shows*, procurando compreender quais os elementos que influenciam a sua construção. Pretendemos abranger na nossa problemática as implicações da narrativa televisiva na ficcionalização, (im)parcialidade e tipificação dos concorrentes em programas do género, analisando o estudo de caso *Secret Story – A Casa dos Segredos*. Debruçar-nos-emos sobre todos os seus elementos narrativos, recorrendo, quer a uma análise textual, quer a uma análise de conteúdo e à forma como os mesmos elementos ditam o espetáculo televisivo.

A escolha como tema da «narrativa televisiva nos *reality game shows*» deve-se, em primeiro lugar, ao nosso interesse pela área em questão: a televisão e mais especificamente a forma como se processa a construção da narrativa neste mesmo meio, um tema constante e incontornável na produção de conteúdos. Relativamente ao caso de estudo em análise, justificamos a nossa escolha pelo impacto no panorama audiovisual português do género *reality game shows*, presente nos três canais generalistas, sendo a narrativa um elemento essencial. A preferência pelo programa *Secret Story – A Casa dos Segredos* justifica-se pela sua semelhança com o *Big Brother*, o primeiro programa do género em Portugal e um dos *reality game shows* mais estudados no mundo.

Para além de ambicionarmos compreender e sistematizar como um programa com vários concorrentes, que viveram 24 sob 24 horas na mesma casa, constrói uma narrativa, transmitida diariamente em cerca de 2h30, procuramos definir os tipos de narrativas que se criam em torno do mesmo, centrando a nossa abordagem nas seguintes questões de investigação, que aprofundaremos no capítulo metodológico: que tipo de enredo e estereótipos se encontram associados a cada concorrente?; que elementos ficcionais, reais e de jogo possui o programa a *Casa dos Segredos*?; qual a influência do narrador e da narração do programa na autenticidade dos concorrentes?; de que forma a narrativa é transmitida à audiência? Tratar-se-ão de imagens (im)parciais? Quais as consequências dessa eventual parcialidade?

Ambicionando desenvolver um projeto rigoroso e objetivo, a metodologia adotada baseia-se numa análise textual e de conteúdo de uma semana de gravação de emissões: seis *Diários*, em horários nobre, seis *Extras*, em horário de madrugada, uma emissão de *Nomeações* e uma *Gala de Domingo*, entre 29 de novembro a 5 de dezembro de 2011. O início do período estudado é uma terça-feira, dia da emissão das *Nomeações*, iniciando

todo um ciclo narrativo fechado à segunda-feira quando o concorrente expulso no domingo dava a entrevista em estúdio. Procedemos também, de forma complementar, à realização de três entrevistas: a um membro da produção da Endemol, um da TVI e a um dos concorrentes da *Casa dos Segredos*.

Deste modo, a presente dissertação encontra-se dividida em cinco partes. Primeiramente, desenvolvemos um capítulo dedicado a questões introdutórias sobre a narrativa, a televisão e os *reality shows*. Seguidamente, procedemos a uma revisão bibliográfica, uma compreensão do estado da arte, de conceitos e conclusões de estudos sobre a temática em questão, requerendo do próprio investigador um trabalho de pesquisa exigente e extensivo.

Construímos, assim, o contexto teórico e conceptual através de ambos os conceitos explicitados no enquadramento teórico: a narrativa, os seus elementos e estruturas universais e o género *reality game show*.

Expomos seguidamente as nossas questões de investigação, no capítulo metodológico em que definimos o método de observação e determinamos a amostra, à qual será aplicado o instrumento de observação, explicitando como procederemos à recolha e análise dos dados. Posteriormente, entramos no capítulo mais extenso da presente dissertação: a análise textual e de conteúdo.

Na análise empírica identificamos as narrativas presentes no programa em análise, expomos a análise quantitativa de diversos elementos do programa, como por exemplo, o protagonismo e apreciação dos concorrentes, tipo de planos, etc., e ainda, interpretamos o significado destes elementos e as suas implicações na construção da narrativa do programa.

Por fim, terminamos com uma breve conclusão, pretendendo resumir os conhecimentos adquiridos e explicitar de que forma realidade e ficção se encontram presentes neste género através da narrativa televisiva.

II. Narrativa, televisão e *reality shows*

«Era uma vez»: premissa universal dos contos de fadas, de histórias que a humanidade perpetuou ao longo da sua existência. O mundo global contemporâneo, à semelhança dos seus antepassados, é indissociável do conceito de narrativa.

Presente em todas as culturas (Lacey, 2000: 78), o ato de contar histórias está intrinsecamente relacionado com a nossa forma de estruturar e compreender a realidade. Aliás, «antropologistas ainda não encontraram uma sociedade na qual o ato de *storytelling* não seja fundamental» (Lacey, 2000: 6), o que, conseqüentemente, leva a questionar o porquê da universalidade deste conceito. O conceito de narrativa sempre esteve presente na história humana, sendo que «não se tem conhecimento de nenhum período ou sociedade que tenha sobrevivido sem narrativas» (Herman e Vervaeck, 2001: 1). A narrativa encontra-se presente em todas as épocas, lugares e sociedades. Indissociável do conceito de humanidade, tal como é inato ao homem comunicar, aparentemente o ato de comunicar preconiza a narração. Segundo Burner (*apud* Herman, 2007: 8), o indivíduo organiza as suas experiências e memórias de acontecimentos na forma de narrativas (histórias, desculpas, mitos, razões para agir ou não agir, ect.), sendo inevitável a sua presença «na mais diversa variedade de textos» (Barthes, 1977 *apud* Herman, 2007: 5), inicialmente de «forma pictórica e oral e, mais tarde, de forma escrita, sonora e visual, através do teatro, da fotografia, do cinema, da rádio e da televisão» (Gordillo, 2009: 18).

Segundo Fisher, «os seres humanos são contadores de histórias e o recetor adora ouvi-las em qualquer processo comunicacional» (Fisher, 1989 *apud* Eaves e Savoie, 2005: 93). Toda a nossa comunicação possui uma sequência, desde a formulação do pensamento à construção do raciocínio. Os conceitos de significante, significado e signo desenvolvidos por Saussure e, mais tarde, teorizados por Barthes são apenas o início de todo um processo comunicativo. «Fala-se e conta-se, “eu falo” e “eu conto”, o “mundo fala”, mas “ele só pode falar se for contado» (Parente, 2000: 33) e é neste discurso que surge a narrativa, uma sequência de palavras, frases e raciocínios que contam alguma coisa, que se referem a um determinado evento. Recorrendo a palavras de Paul Ricoeur: «a narrativa opera na síntese de nossa vida» (*apud*, *ibidem*). Durante o dia a dia, estamos expostos a narrativas e os nossos sentidos ficam alerta para a narrativa iminente da comunicação.

A abordagem clássica da narrativa, preconizada essencialmente pelo estruturalismo em meados dos anos 60, com base nos estudos literários desenvolvidos por formalistas russos (cf. Herman, 2007: 12), debruçava-se essencialmente no estudo da estrutura da narrativa – como começa, como desenrola, como termina. Tzvetan Todorov criou o termo narratologia, o estudo da narrativa que adveio do modelo linguístico de Saussure. Viktor Sklovskii desenvolveu a distinção entre *story* e *plot*, ou seja, a distinção entre o que está a ser contado e a forma como está a ser contado (cf. Herman, 2007: 13). Gerárd Genette explicitou conceitos como «tempo, ritmo e voz de modo a explorar tipos de sequências temporais, manipulações de pontos de vista e modos de narração» (Herman, 2007: 16). Mais tarde, os estudiosos da narrativa pós-clássica começaram a debruçar-se numa ótica multidisciplinar «desde os estudos das teorias de género e ética psicossocial até estudos comparativos em ciências de comunicação e a teoria crítica» (Herman, 2007: 12), valorizando o conteúdo em detrimento da gramática clássica, apanágio da universalidade estruturalista (cf. Lacey, 2000: 101). O conteúdo narrativo, escolha primordial dos estudos de comunicação, está dependente do meio no qual é veiculado pois «cada medium tem os seus aspetos institucionais que influenciam o discurso» (Lacey, 2000: 107). Em palavras de McLuhan, o «meio é a mensagem» «pois é o medium que molda e controla a forma da ação humana» (McLuhan, 1964: 8-9). Note-se que tal afirmação não menospreza o conteúdo, apenas salienta que a mesma informação tem um impacto sensorial distinto dependendo do meio onde é veiculada pois cada *medium* tem os seus códigos e a sua própria linguagem.

No relatório da Obercom de setembro de 2011, «a esmagadora maioria dos inquiridos (99,9%) tem pelo menos um aparelho de televisão em casa» (Lima, 2011: 5). No entanto, apesar desta clara evidência de que a televisão é o *medium* de excelência da população portuguesa, à semelhança de outros países, «continuamos a dar mais importância em ensinar as nossas crianças a ler narrativas ficcionais literárias do que ensiná-las a ler narrativas visuais» (Lacey, 2000: 90). É esta lacuna que pretendemos contornar, demonstrando que a narrativa televisiva, cuja linguagem está dependente da construção de um conjunto de códigos e convenções específicas (cf. Selby e Cowdery, 1995), é importante no mundo contemporâneo, uma sociedade pós-moderna caracterizada por construir a realidade através dos media, «como se a experiência real não fosse completa sem a intervenção do medium» (Lacey, 2000: 94). Segundo Baudrillard, vivemos

a partir de imagens sem relação com a realidade. Vemos o «real» nas televisões, nas séries de televisão, nos *reality shows*, «modelos de realidade sem origem: hiperrealidades» (Baudrillard, 2004: 1), uma «hiper-realidade que liga todo o mundo» (Ilharco, 2008: 6).

Horace Newcomb (1994 *apud* Miller, 2003) identificou quatro principais influências na gênese dos estudos televisivos. Por lado, uma herança provinda dos estudos literários, propondo uma reflexão sobre a cultura de elite e o entretenimento preconizado pelo *medium*. Por outro lado, a influência dos Estudos Culturais, com uma abordagem à cultura popular, e a influência da Escola de Frankfurt, com as suas forte críticas a toda a indústria alienadora de massas. Por fim, Newcomb destaca ainda a importância dos estudos fílmicos tal como a sua interdisciplinaridade. Tal como Miller, Gordillo (2009) explicita que, tal como a teoria literária serviu de ponto de partida para o início dos estudos da narrativa audiovisual, a narrativa televisiva nasce diretamente influenciada com os estudos de narrativa fílmica.

No entanto, a televisão tem o seu próprio caráter e a sua narrativa adquire autonomia, que implica uma análise própria. Esta sua característica resulta do próprio caráter do media, que se pode considerar tripartido. A academia, no âmbito dos estudos televisivos, tem vindo a focalizar a definição deste *medium* em três áreas primordiais: a indústria, um conjunto de instituições e relações entre essas mesmas instituições (Allen, 2004: 1) «que gerem e participam na sua atividade» (Torres, 2011a: 16), não apenas produtoras, canais televisivos e anunciantes como também o Estado, Governo, parlamentos, empresas e sociedade civil. Por sua vez, a televisão é também definida pelos seus conteúdos «diversas estruturas formais, narrativas e representacionais» (Allen e Hill, 2004: 1) e, por fim, a televisão como audiência, «dado a força indireta que assume nos programas e até nas decisões das instituições envolvidas» (Torres, 2011a: 16). Nota-se entre estas três áreas (indústria, conteúdo e audiência) uma influência mútua, apanágio de um processo de constante evolução, embora possam ser visionadas e teorizadas isoladamente. «Captando imagens e sons, gravando, manipulando e transmitindo» (Allen e Hill, 2004: 1), a televisão, além da sua componente tecnológica, consagrou-se como indústria, numa ótica comercial, desenvolvendo e produzindo conteúdos com a finalidade de implicar a audiência nos mesmos. Considerada como «uma experiência social», a TV recorre a «estruturas narrativas» (*ibidem*) e aumenta a proximidade do real dos seus

conteúdos, com o objetivo de estabelecer uma relação de familiaridade com o telespectador.

A indústria televisiva é o ponto de partida no processo de construção de conteúdos, encontrando o seu lugar na cultura contemporânea, moldando e ditando tendências e rituais inerentes à sociedade, «a TV são bens criativos criados por equipas criativas em empresas» (Torres, 2011a: 19-20). Contudo, os conteúdos culturais televisivos «existem no quadro de um dispositivo industrial» (Torres, 2011a: 20), condicionado por diversas instituições, como o governo e a sociedade civil que «constrangem ou estimulam (...) delimitam a estruturação empresarial do negócio» (idem), uma forma de regulamentação consequente da privatização e liberalização da atividade televisiva. Deste modo, encontramos presentes na indústria televisiva: constrangimentos culturais, isto é, «embora programas e formatos sejam importados para outras culturas, existe uma adaptação a cada cultura» (Aslama e Pantti, 2006: 179) e, especialmente no género em análise, a *reality TV*, «os formatos embora globais podem ser adaptados a nível nacional» (Bondebjerg, 2002). A indústria televisiva possui também constrangimentos económicos, dependentes das audiências para obtenção de receitas, os conteúdos televisivos são tratados como produtos «vendidos a estações televisivas, sofrendo pressões económicas» (Allen e Hill, 2004: 390). Acrescentamos ainda constrangimentos técnicos, afetando diretamente a produção de conteúdos, o que, conseqüentemente, se traduz na construção de narrativas enquadradas em determinados géneros televisivos, parte intrínseca «do processo comercial e industrial televisivo» (Gillespie e Toynbee, 2006: 46).

Ao ser categorizado um texto televisivo num determinado género, isto é, «uma forma de agrupar e discriminar os textos entre si» (Creeber, 2001: 4), considera-se que o texto possua determinadas características e elementos, «personagens-tipo, cenários, estilo e estrutura narrativa» (Lacey, 2000: 10), que o distinguem de outros géneros. «Para o espectador televisivo, o género tem um papel importante na forma como os textos televisivos são classificados, selecionados e entendidos» (Creeber, 2001: 5) e, sendo o espectador capaz de reconhecer os diferentes géneros, cria-se na audiência «certas expectativas» (Fulton et al., 2005: 168). Nos últimos anos, esses textos televisivos tendem cada vez mais para um hibridismo genérico e de formatos (cf. Creeber, 2001). A *reality TV* é «uma definição abrangente para um número de tendências de programação que rapidamente se expandiram desde do final dos anos 80 nas várias estações televisivas

(Nicols, 1991 *apud* Ibrahim, 2007: 49). Este género revolucionou as formas de programação e as televisões generalistas. A rutura do monopólio televisivo e a liberalização do meio possibilitou a origem de novas temáticas e, com a estreia do *Big Brother* (1999) na Holanda, pela primeira vez, «ficção e realidade cruzam-se num concurso, característico do entretenimento» (Gordillo, 2009: 159). O *reality show* é anunciado como «a novela da vida real», uma «ferramenta de marketing» (Fulton et al., 2005: 127), transgredindo a fronteira entre o público e o privado (Kilborn, 1994; Dovey 2000; Hill, 2000 *apud* Ibrahim, 2007: 49), atribuindo à audiência o papel de voyeur – o guarda prisional do panóptico descrito por Michel Foucault (1975).

Como fator constante nos processos comunicacionais, Susana Onega e José Angel Garcia Landa (*apud* Herman e Vervaeck, 2001: 13), definem narrativa como «a representação semiótica de uma serie de eventos temporalmente inter-relacionados» implicando, no caso concreto da *reality television*, aquilo que podemos chamar de «gancho da narrativa testando os limites do *medium*. O que acontecerá de seguida?» (Barney, 2001 *apud* Eaves e Savoie, 2005: 1). Estando sempre presente «em qualquer género – oral ou escrito, literário, filme ou novela, [a narrativa] é uma forma de estruturar e representar experiências vividas» (Fulton et al., 2005: 27), funciona como «o termo teórico e técnico utilizado para definir o que habitualmente chamamos de histórias» (Gillespie e Toynbee, 2006: 81) e, especialmente no texto televisivo, surge como multidimensional, constituída por elementos verbais, visuais, sonoros, expondo eventos e acontecimentos sob determinada ordem.

Dez anos após a estreia do *Big Brother*, «um best seller internacional» (Hill, 2005: 31) que, no panorama audiovisual português já contava com quatro edições (mais duas edições *BB Famosos*), *A Casa dos Segredos* propõe a novidade ansiada pelos telespectadores, gerindo a chamada «tensão genérica» (cf. Torres, 2011a) – o desejo da audiência pela redundância e pela inovação. *A Casa dos Segredos*, formato de origem francesa, de responsabilidade da produtora Endemol, a mesma produtora do *Big Brother*, propõe que cada concorrente tenha um segredo, sendo o objetivo do jogo mantê-lo pelo máximo de tempo. «Tudo vai estar a descoberto, menos os mistérios dos concorrentes»¹. Com um prémio final de 50 mil euros, «os concorrentes são vigiados pela omnipresente Voz que é o guia e o árbitro do jogo. É a ela que todos devem obedecer do início ao fim do

¹ Site oficial da *Casa dos Segredos* – <http://www.tvi.iol.pt/secretstory/> consultado em 20.02.2010

programa»². Embora, existam vários subgéneros dentro da *reality TV*, o caso de estudo em análise, *a Casa dos Segredos* amplifica o conceito de jogo: os concorrentes não competem meramente para o prémio final, sendo necessária uma estratégia para manterem os seus segredos e para conseguirem desvendar os dos adversários. Os segredos e a complexificação do jogo contribuem para prender a audiência, sendo «a chave para o entretenimento e satisfação» (Gillespie e Toynbee, 2006:83).

Os *reality shows* possuem características tais como a espetacularização da realidade, sensacionalismo; emotividade e ausência de fronteiras entre o público e o privado (cf. Gordillo, 2009), naturalizando o processo narrativo pois os eventos acontecem ao mesmo tempo que a narração e, as câmaras presentes no cenário dão a ilusão de uma realidade não mediada e sem argumento. Contudo, «existe uma narração composta pelos pontos de vistas escolhidos e montados de forma a criar a narrativa como um todo» (Bignell, 2004: 101). A narrativa é uma construção presente nos textos televisivos, sendo a aparente realidade construída (cf. Fulton et al., 2005).

O conteúdo televisivo surge no final de uma cadeia de produção. A narrativa pensada e construída pela indústria televisiva, tendo sempre em vista a conquista de audiência, desenvolve-se ao longo de todas as emissões. A narrativa presente na *Casa dos Segredos*, categorizada no género *reality game show*, transparece vários conceitos que merecem a nossa análise aprofundada: qual a fronteira entre ficção e realidade? Como são transmitidos os acontecimentos? Serão os concorrentes realmente «eles próprios»? Serão as suas ações espontâneas ou consequência de um guião ficcional?

Por um lado, ao pisar terreno quer do mundo «real», quer do mundo ficcional, podemos argumentar que estamos perante uma construção da realidade. Por outro lado, conceitos como autenticidade e (im)parcialidade são também de refletir pois as imagens visionadas pelo telespectador são a representação do que acontece durante as 24 horas, ambicionando compreender que elementos são construídos. Mais do que procurar «personalidades dos concorrentes para dar sentido à narrativa-espetáculo da realidade-ficção» (Torres, 2001), estamos perante, à semelhança de outros programas do género, «indivíduos cuidadosamente escolhidos» (Hill, 2007: 78) transformados em personagens. Em entrevistas de concorrentes posteriores à sua expulsão surgem afirmações como: «Claro que aqui [na casa] acabamos por ser personagens num jogo» (Sónia, 3ª concorrente

² Site oficial da *Casa dos Segredos* – <http://www.tvi.iol.pt/secretstory/> consultado em 20.02.2010

expulsa da 2ª edição da *Casa dos Segredos* em entrevista ao programa *Você na TV*) ou ainda «Cá fora é que é o mundo real» (Vítor, concorrente expulso pela Voz devido a agressão na 1ª edição da *Casa dos Segredos*). Esta espetacularização do «real» permite ao grande público estar implícito no programa e aderir massivamente, «na estreia (...) obteve 15.1% de audiência média e 48.5% de share» sendo que o «melhor minuto de todas as galas foi emitido quando se encontravam 2.166.700 espectadores (...) cerca de 84% dos espectadores que estava a ver televisão naquele minuto» (Marktest, 2011).

A audiência, sempre presente ao longo do processo de conceção de conteúdos televisivos, é uma peça chave para o desenrolar de programas que se inserem no género *reality game show*. Em programas deste género a interação é fomentada de diversas formas: por um lado, a proximidade com que os apresentadores interagem com a audiência, o seu constante *adress to camera*, incentiva o espectador a votar, estando a audiência já habituada a expulsar semanalmente um concorrente. No programa *A Casa dos Segredos* a audiência representada pelo público em estúdio nas *Galas de Domingo* (em oposição ao que acontecia no *Big Brother* em que se encontrava no exterior) cria «uma resposta mais emotiva por parte da audiência» (Creeber, 2001: 83) também devido à essência do direto, toda uma «aura do direto, do ‘aqui e agora’» (Creeber, 2001: 63). No fundo, o facto de a audiência em estúdio estar a apoiar os seus concorrentes preferidos acaba por ser a representação «da audiência a quem o apresentador se refere nos seus monólogos» (Creeber, 2001: 83). Salientamos pois, o papel do telespectador, importante para o sucesso do programa.

Adotando a abordagem multidisciplinar de Roland Barthes, «uma abordagem em que as histórias podem ser vistas como suporte de muitas atividades cognitivas e comunicacionais» (Barthes, 1977 *apud* Herman, 2007: 5), optámos pela análise narrativa nas três perspetivas propostas por Gillespie e Toynbee (2006): compreender a estrutura narrativa televisiva de um programa inserido no género *reality show*, desconstruindo o seu início, o seu desenvolvimento e desfecho; analisar o processo de narração, ou seja, de que forma a informação é veiculada para a audiência e ainda, compreender que estereótipos se encontram presentes e que representações poderão eventualmente fazer da sociedade.

No âmbito das ciências da comunicação, mais especificamente, nos estudos televisivos, focamos a nossa abordagem na televisão como conteúdo, propondo desconstruir o processo dinâmico de construção da narrativa do programa a *Casa dos*

Segredos: analisando quais os componentes da sua narrativa, analisando a forma como os eventos estão temporalmente organizados, identificando as estruturas narrativas das emissões (*Diário da Noite*, *Extra* e *Gala de Domingo*) e verificando a importância dos códigos de encenação e os códigos cinemáticos nesse processo através de «uma análise pormenorizada que permitirá descobrir a estrutura e a forma do texto televisivo e a criação de significados através de imagens e sons transmitidos sob determinado ponto de vista» (Bignell, 2004: 16). Propomo-nos assim ler o texto televisivo, testar conceitos já teorizados no programa *a Casa dos Segredos*, explicitando os códigos e convenções da linguagem televisiva, focando a nossa análise na construção narrativa.

III. A construção da narrativa e os estudos televisivos

A televisão é um *medium* complexo de analisar, sendo que os estudos de narratologia têm tendência a privilegiar os estudos literários. A televisão «confere tendencialmente a impressão de que os acontecimentos ocorreram da mesma forma como foram representados» (Selby e Cowdery, 1995: 6). Porém, existe uma construção narrativa por detrás dos seus programas, envolvendo fases de pré-produção, produção e pós-produção.

No presente capítulo ambicionamos compreender de que forma a narrativa e os seus elementos estão presentes na construção do programa televisivo e de que forma são fundamentais para a criação de significado por parte da audiência. Posteriormente, debruçar-nos-emos também nas características do género, no qual se insere *A Casa dos Segredos*, salientando as suas implicações na construção do argumento e desenvolvimento do programa.

1. A Narrativa Televisiva

Indissociável da vida humana, a narrativa tem um papel essencial em qualquer *medium*. A experiência de cada indivíduo é contada e passada de geração em geração através de histórias (cf. Herman, 2007: 3). Qualquer narrativa possui uma estrutura (Capítulo 1.2), inter-relacionando «eventos de causa-efeito» e construindo significado através das motivações das personagens, da ordem temporal, duração e frequência dos eventos (Gillespie e Toynbee, 2006: 96).

Quando assistimos a um programa de televisão «é-nos apresentada uma serie de eventos aparentemente lógicos e naturais, mas que na realidade resultam de uma construção narrativa» (Seldy e Cowdery, 1995: 5). Essa narrativa é motivada essencialmente por «atitudes, crenças, valores, talentos, gostos, aparências, perfis psicológicos, experiências passadas» (Gillespie e Toynbee, 2006: 91). As narrativas televisivas, à semelhança das narrativas fílmicas, possuem uma série de códigos cinemáticos e de encenação que permitem a ilusão da realidade representada (cf. Herman e Vercaeck, 2001: 14), como por exemplo, «a iluminação e a cor, os códigos de vestuário, o cenário e os adereços, a performance e estilos de representação, o enquadramento dos personagens» (Gillespie e Toynbee, 2006: 107).

Bignell (2004) identifica quatro funções da narrativa: *enquadramento*, *foco*, *compreensão e encerramento*, demonstrando que o ato de contar histórias, de narrar experiências, envolve processos de seleção e omissão (cf. Gillespie e Toynbee, 2006: 82). Aparentemente, o enquadramento que fazemos de determinados acontecimentos privilegia certos pontos de vista (Capítulo 1.1.6) influenciando diretamente o significado que a audiência atribui à história.

No programa a *Casa dos Segredos* podemos identificar duas narrativas: uma narrativa central e um conjunto de narrativas pessoais dos concorrentes. A narrativa central ou narrativa do jogo está relacionada com o género *reality show* no qual os concorrentes competem pelo prémio final, vigiados por câmaras, tendo de esconder quer dos seus companheiros quer da audiência o seu segredo pessoal. Por sua vez, as narrativas pessoais dos participantes estão associadas ao seu dia a dia e às mais diversas temáticas: desporto, vida anterior à casa, romance, vida familiar, trabalho, conflitos, humor, etc. Ambas as narrativas, uma mais relacionada com o jogo e a outra mais personalizada, procuram perpetuar o interesse da audiência por saber o desenrolar da história, como exemplificado na Quadro I. Entenda-se que quando nos referimos a «narrativas», referimo-nos a intrigas secundárias «que vêm enxertar-se no corpo da ação central» (Reis e Lopes, 2002: 199). Estas diversas linhas narrativas que integram a intriga secundária serão designadas ao longo da presente dissertação como «narrativas», sendo esta uma das diversas designações retomada pela teoria literária contemporânea (cf. Reis e Lopes, 2002).

Narrativa do central / Narrativa de jogo	Narrativas pessoais
Quem será o vencedor?	Apaixonar-se-ão?
Quem será nomeado esta semana?	Como ficará a relação fora da casa?
Quem será expulso esta semana?	A discussão agravar-se-á?
Qual será o segredo daquele concorrente?	Farão as pazes?
Será que os outros o adivinharão?	Existirão mais momentos divertidos?
Será que vencerão a missão da dispensa?	O que acontecerá de seguida?

Quadro I – Narrativas presentes na *Casa dos Segredos* e questões centrais para a audiência.

Deste modo, qualquer narrativa, independente do género onde se insira, é uma forma de estruturar informação e experiências através da linguagem privilegiada pelo *medium* e de vários elementos narrativos, apanágio da construção de significado por parte da audiência.

1.1. Elementos da Narrativa

A construção narrativa televisiva está dependente dos «elementos integrantes da narração (...), dos conceitos e das unidades básicas que compõem qualquer texto audiovisual» (Gordillo, 2009: 42). Analisaremos seguidamente vários elementos que conferem significado à narrativa, como o enredo/intriga, a distinção entre história e discurso, as personagens e a sua caracterização, fatores de temporalidade, o narrador e a narração e, por fim, a focalização e o ponto de vista. Salientamos que a par da revisão bibliográfica e do enquadramento teórico aqui apresentados, aplicaremos esses mesmos conceitos ao programa a *Casa dos Segredos*, com o objetivo de clarificar conceitos e estruturar a nossa problemática.

1.1.1. Enredo (*story* e *plot*)

Todorov (*apud* Reis e Lopes, 2002: 189) distingue dois conceitos cruciais para o estudo da narrativa: os termos história/diegeese e discurso (*story* e *plot*). Estes termos foram a «base para as primeiras reflexões do formalismo russo» (Gordillo, 2009: 42), definindo o enredo e a construção narrativa.

Por um lado, a *story* é «a totalidade dos eventos apresentados explicitamente ao telespectador e pelo menos inferidos» (Gillespie e Toynbee, 2006: 89). Por sua vez, o *plot* é a forma como a história é apresentada à audiência, podendo a ordem dos eventos ser manipulada (Capítulo 1.1.3) fazendo com que «a audiência tenha de construir a história a partir do *plot*» (Lacey, 2000: 23). Portanto, «a história corresponderia à realidade evocada pelo texto narrativo (acontecimentos e personagens), o discurso ao modo como o narrador dá a conhecer ao leitor essa realidade» (Reis e Lopes, 2002: 189).

Transportando estes conceitos para o *medium* televisivo aparentemente os «acontecimentos desenrolam-se perante os olhos da audiência dando a impressão de não existir nenhuma entidade a contar a história» (Bordwell, 1985 *apud* Gillespie e Toynbee, 2006: 101). Ao contrário da narrativa literária, na narrativa audiovisual a «ação e descrição fundem-se» (Fulton et al., 2005: 68), possuindo diversos códigos de linguagem e convenções técnicas e de encenação como a edição de imagens, possibilitando uma infinidade de formas de narrar uma história. No contexto audiovisual, «a justaposição de diferentes planos de modo a construir uma sequência coerente de eventos» (Fulton et al., 2005: 47) é a forma como o *medium* organiza a *story* através da construção do *plot*. A intriga ou enredo, o «plano de organização macroestrutural do texto narrativo caracterizado

pela apresentação dos eventos segundo determinadas estratégias discursivas» (Reis e Lopes, 2002: 197), é desta forma construído através da relação entre a *story* e o *plot*.

Tal como indicado no quadro I, a narrativa da *Casa dos Segredos* é complexa, podendo identificar-se nela uma narrativa central e narrativas internas/pessoais. A narrativa central conta a história de 18 participantes, com determinado *background*, que concorreram a um programa de televisão e que jogarão para ganhar o prémio final. Todos os eventos que ocorrem no cenário do programa dão seguimento a esta narrativa, desenvolvendo-a até à sua resolução. Contudo, as 24 horas de história de um dia na *Casa dos Segredos* não são exibidas nas emissões da televisão generalista. À semelhança de outros géneros ficcionais, «embora a audiência veja x minutos x vezes por semana (*plot*), a vida dos personagens (as suas histórias) continuam quando a audiência não está a ver» (Lacey, 2000: 40). A audiência tem, assim, contacto apenas com o *plot* que narra a *story*, podendo ser o mesmo organizado das mais diferentes formas (cf. Fulton et al., 2005: 57). A expulsão de um concorrente faz parte do *plot*: a audiência visiona essas imagens. Porém, a sua ida para o estúdio não é mostrada, sendo que audiência infere que os concorrentes aquando a sua saída são levados rapidamente para o estúdio: este caminho «casa-estúdio» faz parte integrante da *story* mas não do *plot*. A esta omissão de eventos denominamos de elipses, «uma supressão de lapsos temporais mais ou menos alargados» (Reis e Lopes, 2002: 113-114).

Deste modo, a distinção entre *story* e *plot* na narrativa televisiva é um fator de extrema importância possibilitando a compreensão de que nem todos os eventos da *story* são integrados no *plot*. A *reality TV* ao implicar «gravações fragmentadas, câmaras, efeitos simulados e elementos de pós-produção» (Gordillo, 2009: 43), transmite apenas os acontecimentos escolhidos pela produção, especificamente relacionados com os seguintes temas: conflitos, humor, romance, intriga e jogo – a permanente interação entre as personagens.

1.1.2. Personagens

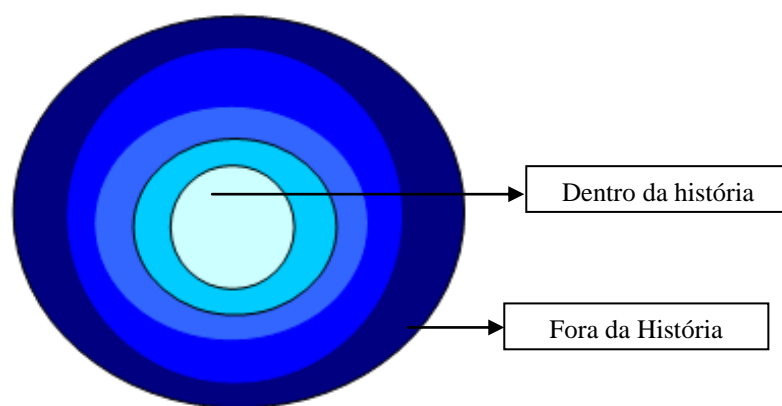
As personagens são um dos elementos incontornáveis para qualquer narrativa, são os protagonistas dos acontecimentos, objeto de narração. Qualquer história contada ou experiência vivida possui necessariamente sujeitos de ação. A caracterização desses sujeitos é realizada direta ou indiretamente ao longo da narrativa, sendo que «numa história, as personagens são construídas através das linhas narrativas dispersas ao longo do

texto» (Rimmon-Kenan, 1983: 36). No texto televisivo em análise, os protagonistas da *Casa dos Segredos*, sujeitos que irão competir pelo prémio final e guardar meticulosamente o seu segredo, são «pessoas comuns» que ao serem escolhidos pela produção, ganharam o estatuto de concorrentes, conseqüentemente de personagens nesta narrativa.

Embora os protagonistas do programa sejam os concorrentes, existem mais personagens presentes na narrativa. Categorizamos assim, as diversas personagens presentes no programa, com os seus respetivos níveis de proximidade com as personagens principais (Fig. 1). Teresa Guilherme (TG), apresentadora das *Galas de Domingo* e da emissão das *Nomeações* e a «Voz», personagem de carácter ficcional omnipresente na narrativa, funcionam como reguladores e forças motrizes da ação, incumbindo concorrentes das suas missões, autorizando segredos a serem revelados, explorando emoções dos concorrentes, procurando compreender as suas motivações e ouvindo os seus desabafos. Ainda de referir que, embora façam parte da produção do programa, ambas estas personagens (TG e Voz) entram no mundo da diegesis, dentro do universo de acontecimentos da casa-estúdio, pois têm a possibilidade de contactar diretamente com os concorrentes. De salientar que, embora num nível mais distante da narração, familiares e amigos dos concorrentes perpetuam o espetáculo televisivo, o qual é dominado pela narrativa da especulação das revistas semanais. Categorizamos este grupo de pessoas num terceiro nível de proximidade da diegese, visto terem regularmente contacto com os concorrentes dentro da casa-estúdio, um contacto autorizado e condicionado por TG, personagem hierarquicamente superior.

Encontramos, seguidamente, os apresentadores e repórteres das restantes emissões que, embora num nível mais distante da história, são personagens indispensáveis na construção e caracterização dos concorrentes para a audiência. Consideramos também como personagens a produtora Endemol e o canal televisivo TVI no último nível de personagens, cujas funções: seleção e edição de imagens e a escolha das atividades diárias, desenvolvidas pelos concorrentes são a base para a perceção e imagem dos concorrentes no exterior.

Mas como se apresentam perante a audiência estas personagens? De que forma é que o telespectador as fica a conhecer? De que modo a narrativa televisiva apresenta os traços de personalidade de cada uma?



- Concorrentes dentro da casa-estúdio
- Teresa Guilherme e «Voz» (produção)
- Familiares e Amigos dos Concorrentes
- Leonor Poeiras, Iva Domingues, Mónica Jardim, Marta Cardoso e Nuno Eiró (produção)
- Produção TVI e Produção Endemol (invisível ao telespectador)

Figura 1 – Diversos níveis de personagens na *Casa dos Segredos*

Por exemplo, no caso concreto em análise, o concorrente tem a oportunidade de se apresentar na primeira pessoa na gala de estreia. Cada um dos concorrentes é apresentado ao grande público através de um vídeo, respondendo a questões colocadas pela omnipresente «Voz»:

Voz: Esta é a Voz. Depois de uma investigação exaustiva a voz sabe tudo sobre a sua história. (...) Acha que tem as qualidades necessárias para entrar na *Casa dos Segredos*?

João F.: Sim eu tenho muitas qualidades (...) Sou boa pessoa, sou humilde e tenho uma boa imagem (...)

Voz: Tem muito sucesso com as raparigas?

João F: Sim, sou mulherengo. Já tive algumas namoradas (...)

A gala de estreia funciona, assim, como uma introdução às possibilidades narrativas do programa, apresentando o perfil psicossocial das personagens, prometendo diversas linhas narrativas que têm como objetivo perpetuar o suspense e a intriga por parte da audiência ao longo das emissões. Após o vídeo de apresentação dos participantes e as palavras trocadas com TG à entrada do estúdio, o concorrente entra na casa-estúdio, onde a narrativa perpetuará a sua construção.

Uma vez dentro do cenário do texto televisivo, os protagonistas vivem o seu dia a dia, no qual diversos acontecimentos criam várias narrativas, não necessariamente

relacionadas com o jogo. A sua caracterização está pois dependente das suas ações. Nos estudos de narratologia, segundo Aristóteles, «as personagens são necessárias como agentes ou *performers* da ação» (Aristóteles, 1951 *apud* Rimmon-Kenan, 1983: 34), o que significa que determinadas ações codificam determinados traços de personalidade. No texto televisivo em análise, a concorrente Cátia é caracterizada pelas suas ações – fraco conhecimento em cultura geral, facilidade em rir de si própria, etc. Estes traços de personalidade, à semelhança dos estudos literários, são o «suficiente para fazer um retrato moral de um ser» (Adam e Revaz, 1997: 46). Retrato esse que posteriormente é alvo de comentários por parte dos apresentadores que levam, à semelhança das narrativas literárias, à interpretação e juízos de valor da personagem em questão (cf. Rimmon-Kenan, 1983).

Assim sendo, «os atos, as emoções, as ideias instalam-se bruscamente numa personagem, fazem nela ninho» (Sartre 1947 *apud* Adam e Revaz, 1997: 22), definindo-se apenas por aquilo que fazem. «O discurso de uma personagem, quer numa conversa ou em silêncio, caracteriza traços da sua personalidade» (Rimmon-Kenan, 1983: 63), sendo que, no texto televisivo, as ações visionadas pela audiência estão condicionadas pelos processos de seleção e edição de imagens, como na ficção literária ou audiovisual. Quanto maior for a frequência de imagens que mostram determinado personagem a repetir o mesmo tipo de comportamento mais rapidamente lhe será atribuído esse rótulo de personalidade (cf. Rimmon-Kenan, 1983). No programa em análise, a caracterização do concorrente Miguel centra-se, essencialmente, na sua personalidade narcisista, sendo que as imagens escolhidas relacionadas com este seu traço de carácter, aumentam a tendência para a criação de uma personagem-tipo/estereotipada.

O não humano, referido por Adam e Revaz (1997: 46), no âmbito dos estudos literários, também tem lugar na *Casa dos Segredos* com a personagem inanimada: *Menir*. O «monumento megalítico composto por uma pedra grande e comprida» (Porto Editora, 2011) surge como forma de castigar os concorrentes pelas suas infrações ao regulamento da produção, tendo de o carregar às costas como forma de penitência. A sua caracterização é feita através de um «processo de humanização já preconizado pelos mestres da retórica e da estilística [através da] introdução do humano por meio de metáforas e comparações» (Adam e Revaz, 1997: 46). *Menir* é, essencialmente, comparado com uma criança: Cátia conta-lhe uma história e embala-o para o adormecer, seguida pelo concorrente Marco que

deseja boa noite a Menir aquando o mesmo se encontra dentro da cama tapado com um cobertor.

Deste modo, a simulação do conceito de realidade presente no género em análise encontra-se também na caracterização das personagens: a sua escolha é ilusoriamente aleatória, os concorrentes são escolhidos cuidadosamente devido aos seus traços de personalidade e possibilidades de criação de linhas narrativas. Embora, se pretenda um processo de identificação por parte da audiência para com estas personagens «tratando-as como se fossem seus amigos ou vizinhos» (Rimmon-Kenan, 1983: 32), estamos perante uma simulação de personagens como «pessoas reais». Essas personagens, na sua maioria redondas, «possuindo mais que uma qualidade desenvolvendo a sua personalidade ao longo do enredo» (Rimmon-Kenan, 1983: 40), preconizam, assim, o espetáculo necessário para o sucesso do programa.

1.1.3. Temporalidade

A análise da narrativa de um texto televisivo pressupõe um olhar cuidadoso sobre a forma como o tempo é estruturado e representado (Gillespie e Toynbee, 2006: 93). Qualquer ato de *storytelling* demanda necessariamente uma noção de temporalidade: uma sequência de eventos (causa-efeito) causalmente relacionados ocorre num determinado tempo – «narrativa é um modo temporal» (Fulton et al., 2005: 60).

No programa a *Casa dos Segredos*, tal como visto anteriormente, há semelhança de outras narrativas, «não é a história (story) que é transmitida à audiência mas sim o plot (...) que pode reorganizar e distorcer o tempo da história tendo em vista um determinado objetivo» (Fulton et al., 2005: 61), ou seja, o tempo da história, período completo de todos os eventos, as 24 horas dentro da casa, não são apresentados na íntegra. Existem cortes e seleção das imagens que a produção considera mais relevantes, quer para dar continuidade à narrativa central do programa – «concorrentes, fechados numa casa, escondem o seu segredo, e esperam vender o prémio final» – quer para dar continuidade às narrativas internas/pessoais de cada uma das personagens no sentido de tornar as suas ações mais atrativas enquanto narrativa.

O *screen time* (Fulton et al., 2005: 62), que é diariamente apresentado à audiência nas várias emissões, omite determinados eventos (elipses narrativas) e dá relevância a outros. Por um lado, as emissões na televisão generalista não têm oportunidade de mostrar todas as missões realizadas pelos concorrentes (omissão na narrativa central); por outro

lado, a televisão generalista seleciona determinadas imagens de uma festa temática na casa (narrativa pessoal) não expondo todo o tempo da história. Adam e Revaz (1997) distinguem dois níveis temporais que se cruzam no interior de qualquer narração: a temporalidade externa e a temporalidade interna. Aplicando estes conceitos ao programa em análise, como temporalidade externa considera-se a data de produção do texto narrativo (2010-2011); a data de publicação/lançamento e data de estreia (outubro de 2010, 1ª edição e setembro de 2012, 2ª edição). Por sua vez, a temporalidade interna está relacionada com o tempo próprio da história (três meses, 104 dias, 2.496 horas, 149.760 minutos) transformado no tempo das emissões: 168 horas semanais (24 horas vezes sete dias) traduzem-se em apenas 18 horas de emissões na televisão generalista.

O tempo é assim o fator que permite, tal como a causalidade, encadear eventos em sequências e, sequências em narrativas (cf. Rimmon-Kenan, 1983), sendo que «a montagem audiovisual permite organizar o tempo (...) rompendo o tempo linear e introduzindo elementos que organizam o discurso de modo distinto» (Gordillo, 2009: 77). Torna-se, portanto, necessário analisar o conceito de temporalidade em três perspectivas distintas: a ordem dos eventos, a sua duração e a sua frequência.

1.1.3.1. Ordem

Questionarmo-nos acerca da ordem dos eventos é responder à questão «Quando? (...) em primeiro, em segundo, em último; antes ou depois?» (Rimmon-Kenan, 1983: 46).

No decorrer de qualquer narrativa, os acontecimentos da história ocorrem de forma cronológica, possuindo uma ordem que lhes confere significado. Contudo, o discurso/*plot*, no qual os eventos são narrados, pode alterar a ordem cronológica dos mesmos (Lacey, 2000: 20). No texto televisivo a *Casa dos Segredos* nota-se uma certa preocupação com o tempo da história: nos blocos de imagens vemos os concorrentes a acordarem, existindo uma evolução do próprio dia, chegando novamente à noite. Contudo, não é indicada à audiência se o evento B não aconteceu antes do evento A. Apesar de em determinados blocos de imagens a audiência ter a possibilidade de saber as horas a que aquele evento ocorreu, a maioria das imagens transmitidas não têm qualquer ligação com a seguinte, sendo narrativas independentes com protagonistas distintos.

Deste modo, visto existirem linhas narrativas independentes, a audiência tem a possibilidade de acompanhar as várias histórias sem necessidade de as visionar sob uma ordem cronológica. Para o telespectador é indiferente se a missão da dispensa aconteceu

primeiro ou depois da conversa sobre as nomeações no jardim, pois ambos os eventos são independentes e não têm implicação um com o outro. Caso contrário, a ordem cronológica é, aparentemente mantida: após uma discussão entre dois concorrentes, continuamos a ver os mesmos zangados até ao momento em que se reconciliam, sendo esta ordem eventualmente corrompida para referência a um evento passado, fazendo assim uma analepse ou flashback, isto é, «um retorno no tempo diegético, para acontecimentos anteriores» (Journot, 2005: 71), ilustrando o porquê de determinada conversa, relembrando algo que estava a ser discutido ou expondo alguma mentira revelada no confessionário que está a ser implicada nesse respetivo momento.

1.1.3.2. Duração

No que diz respeito à duração é necessário debruçarmo-nos sobre a questão «durante quanto tempo?» (Rimmon-Kenan, 1983: 46). Nick Lacey (2000) distingue vários tipos de duração narrativa: a duração do plot/discurso, referente à duração das emissões da *Casa dos Segredos* (minutos dos blocos de imagens), a duração da história, referente ao período que os concorrentes se encontram na Casa e, por fim, a duração do ecrã, referente ao tempo total das emissões na televisão generalista (cerca de 120 minutos por dia, emissões com uma duração a variar entre 45 minutos e 1h15).

Dado os constrangimentos técnicos do *medium* televisão e em prol do espetáculo nem todos os eventos que ocorrem ao longo de 24 horas são passíveis de exibição para a audiência. Neste sentido, o programa recorre diversas vezes a elipses e sumários que introduzem acelerações no ritmo da narrativa, à semelhança dos estudos literários (cf. Adam e Revaz, 1997). Por um lado, os «tempos mortos» são omissos, não sendo necessário transmitir imagens dos concorrentes a dormirem. Por outro lado, deparamo-nos com a recorrente sumarização de eventos à semelhança do que ocorre na literatura: «em poucas páginas são narradas experiências que ocorreram em diversos dias, meses ou anos» (Genette *apud* Fulton et al., 2005: 67). O mesmo ocorre no texto televisivo, como é o caso do resumo da semana de cada concorrente, apresentado na emissão da *Gala de Domingo*.

A duração possibilita assim um controlo do ritmo da narrativa através das diversas técnicas de montagem «utilizadas para equilibrar a relação entre os diversos planos e o avanço da narrativa» (Gillespie e Toynbee, 2006: 94), cortando os eventos que são considerados pela produção como irrelevantes. É esta forma de edição, aparentemente invisível, que pretende dar a impressão de continuidade temporal e espacial ao

telespectador, controlando «o ritmo e significado, posicionando os eventos e as personagens no centro da nossa atenção» (Fulton et al., 2005: 72). Questionamos se os concorrentes expostos durante mais tempo terão uma maior visibilidade para a audiência, tornando assim parcial a dinâmica do programa para com os seus protagonistas.

1.1.3.3. Frequência

A frequência «é um elemento essencial que permite explicar, em muitas ocasiões, o ritmo de um determinado discurso» (Gordillo, 2009: 80), respondendo à questão «quantas vezes é que determinado evento ocorre e é narrado?» (Rimmon-Kenan, 1983: 46).

Esta relação entre o número de vezes que um evento ocorre e o número de vezes que é narrado encontra-se também representada na *Casa dos Segredos*. Por um lado, a emissão *Extra de fim de semana* funciona como um resumo dos eventos que ocorreram durante essa semana, sendo as imagens apresentadas uma repetição. Por outro lado, o resumo semanal da *Gala de Domingo* repete imagens visionadas ao longo das emissões diárias que têm como objetivo serem representativas dos momentos mais significativos de cada concorrente nessa mesma semana e, serão alvo de conversa com TG, perpetuando a sua repetição.

Consideramos ainda necessário salientar o facto de existir uma repetição no tipo de narrativas associadas a cada concorrente à semelhança de programas do género, sendo que «certos eventos não são necessariamente repetidos mas são típicos de uma determinada personagem e, conseqüentemente, esse tipo de comportamento repete-se» (Fulton et al., 2005: 71).

1.1.4. Espaço

O espaço da ação em televisão «desenrola-se a partir de determinado ponto de vista e tratamento técnico da imagem» (Gordillo, 2009: 71). Na *Casa dos Segredos* a narrativa desenrola-se dentro de um estúdio designado por «Casa». Este cenário Casa-Estúdio³ divide-se em vários espaços/palcos: a cozinha, a sala de estar, a casa de banho com chuveiro coletivo, os quartos, a dispensa, o jardim e o confessionário. Com uma decoração moderna, um cromatismo vivo com tons quentes e a constante dualidade entre o espaço público e o «privado», é cenário do espetáculo televisivo, uma espécie de arena na qual o

³ Ao longo da presente dissertação as referências relativas ao cenário do programa serão designadas também apenas por Casa.

concorrente é vigiado constantemente. O espaço híbrido característico do gênero *reality TV* (cf. Gordillo, 2009) é o palco da intriga, no qual estão presentes dezenas de câmaras e microfones que funcionam como ferramentas da narrativa, à semelhança do confessionário que se trata de um espaço ficcional da Casa-Estúdio, onde os finalistas permanecerão durante 13 semanas. De salientar ainda que o espaço percebido pela audiência se trata de uma representação do real, «as câmaras, enquadram apenas uma porção de espaço, ocultando ao mesmo tempo outras áreas» (Gordillo, 2009: 74).

Os estúdios de televisão onde são realizadas as emissões diárias e as *Galas de Domingo* também são espaços da narrativa, particularmente caracterizados por códigos cinemáticos (iluminação, tipo de planos, movimentos de câmara, etc.) e de encenação (códigos de linguagem não verbal, vestuário, adereços, etc.) específicos. O estúdio das emissões diárias dispõe meramente de uma cadeira e/ou mesa de apoio para o apresentador, sendo que o *background* do mesmo é caracterizado por diversos ecrãs com imagens em direto da *Casa dos Segredos*. Por sua vez, o estúdio da *Gala de Domingo* é um espaço arquitetado em forma amendoada, conotando o elemento presente no logótipo do programa «o olho», possuindo diversos espaços: as bancadas do público, a bancada dos ex-concorrentes e familiares, o corredor onde se encontra a apresentadora Teresa Guilherme e, ainda, o grande ecrã por onde as imagens da Casa-Estúdio são exibidas.

A audiência é familiarizada com estes espaços, nos quais diferentes ações cruciais para a narrativa tomam lugar. Sendo ainda possível, a referência por parte dos concorrentes a espaços extradiegéticos que cabe ao telespectador imaginar (exemplo da concorrente Fanny quando refere a sua vida na Suíça).

1.1.5. O Narrador e a Narração

De que modo se processa a narração em análise? Quem é o narrador da *Casa dos Segredos*?

Parece não ser nada mais que a realidade, pura e sem mediação. Contudo, isto é uma ilusão.

Alguém montou uma câmara num determinado espaço circunscrito no tempo para captar um determinado acontecimento de uma determinada forma. (Fulton et al., 2005: 49)

Segundo Bignell (2004: 100), em qualquer *medium*, alguém ou alguma entidade é responsável pelo processo narrativo. Contudo, é deveras complexo identificar «quem ou o que narra» (Gillespie e Toynbee, 2006: 101). No caso de um programa televisivo, a narração é concretizada pelos diversos planos de câmara, «convenções de códigos de

encenação e cinemáticos (...) que constroem uma coerência temporal e espacial» (Kuhn, 1985 apud Lacey, 2000: 108) à semelhança de outros textos televisivos do género.

Nick Lacey (2000) distingue dois tipos de narrador: narrador dramatizado (*dramatized narrator*) e narrador não dramatizado (*undramatized narrator*). Enquanto o último é um agente exterior à história, na maioria dos casos onnipresente, o primeiro é uma personagem envolvida na narrativa. Assim sendo, podemos considerar que a presença das câmaras (representação física da produção) são um narrador não dramatizado, mostrando os acontecimentos à audiência que aparentemente ignora o facto de a presença da câmara afetar a história, pois «muito poucos indivíduos agem naturalmente quando estão a ser filmados, para além de existir ainda uma edição das imagens transmitidas» (Lacey, 2000: 113) neste género de programas. Por outro lado, as personagens TG e Voz podem ser consideradas como narradores dramatizados, fazendo parte do programa como observadores e agentes incitadores da ação, à semelhança das narrativas literárias (cf. Herman e Vervaeck, 2001). Enquanto as câmaras espalhadas pela casa-estúdio podem ser consideradas como instrumentos de narração, Teresa Guilherme e Voz surgem como narradores intradieгéticos (dentro da história). Genette (1972) (*apud* Rimmon-Kennan, 1983: 95) acrescenta ainda a noção de narrador heterodieгético «que não participa na história» e o narrador homodieгético «que participa na história, manifestando-se de determinada forma». Transpondo este último conceito de narratologia para o programa em análise deparamo-nos com as personagens TG e Voz como participantes na narrativa.

Salientamos contudo que, embora a narração da *Casa dos Segredos* seja feita através destes dois tipos de narrador, existe uma tendência para um narrador intradieгético, homodieгético e dramatizado pois até mesmo as câmaras presentes no estúdio, uma personificação da produção, influenciam a história sobretudo no que diz respeito à focalização e ao ponto de vista.

1.1.6. Focalização e ponto de vista

Qualquer narrativa possui um ponto de vista, «uma história é sempre mediada segundo uma determinada perspetiva» (Fulton et al., 2005: 13), fenómeno denominado nos estudos de narratologia como focalização. A focalização é, portanto, «o ângulo de visão pelo qual a história é filtrada» (Rimmon-Kenan, 1983: 74), que, de certa forma, condiciona a interpretação e a relação da audiência com as personagens. Adam e Revaz (1997) distinguem três tipos de focalização: a focalização zero ou neutra, a focalização interna e a

focalização externa. Na focalização neutra o narrador não adota nenhum ponto de vista em particular fornecendo uma informação completa. Enquanto na focalização externa, as personagens são vistas apenas do exterior, sem acesso aos seus pensamentos não privilegiando nenhum ponto de vista em particular, a focalização interna restringe a informação ao ponto de vista de um só personagem ou de vários.

Na *Casa dos Segredos* que ponto de vista é privilegiado? Existirá uma focalização específica que condiciona a interpretação da audiência sobre o programa? Tal como referido anteriormente, a narração do programa em análise é realizada a nível da produção/realização – são as imagens que nos contam a história, o dia a dia dos concorrentes – e através dos diversos intervenientes (também eles parte da produção): a Voz, Teresa Guilherme e as restantes apresentadoras e repórteres⁴. A audiência das emissões da televisão generalista conhece a história e familiariza-se com as personagens através do ponto de vista que a produção lhe transmite. A *Casa dos Segredos* possui aparentemente uma focalização interna. Embora a narrativa central não seja contada através do ponto de vista de um concorrente específico, é contada através da seleção de imagens realizada pela produção e através das personagens que se encontram mais próximas dos concorrentes: a Voz e TG.

Assim sendo, à semelhança com outros programas do género, a focalização na *Casa dos Segredos* «pode possuir uma variedade de efeitos que aumentam a nossa identificação ou nos distanciam das personagens» (Gillespie e Toynbee, 2006: 104), sendo, por exemplo, a utilização do grande plano uma forma de expor os sentimentos e emoções dos concorrentes (cf. Fulton et al., 2005).

1.2. Estruturas Universais da Narrativas

Como temos vindo a verificar, uma das primeiras evidências dos discursos televisivos é a sua constituição «por um conjunto de sequências que se inter-relacionam dando forma a uma estrutura que determina a organização global do discurso» (Orza, 2002: 125). Esta estrutura da narrativa, que está na base da organização de cada história, de cada

⁴ Em entrevista com um membro da produção do programa tivemos conhecimento de que os textos (teleponto ou voz-off) das emissões *Diário* e *Extra* são escritos pela produção da TVI, sendo que as reportagens são da total responsabilidade do repórter e os textos presentes nas emissões *Nomeações* e *Gala de Domingo* são redigidos por Teresa Guilherme.

programa televisivo, tornou-se objeto de estudo de vários autores, particularmente relacionados com o estruturalismo.

Com base na conceção aristotélica de uma ação, uma narrativa é um «processo transformacional» (Adam e Revaz, 1997: 67). Os eventos descritos em qualquer história introduzem um elemento disruptivo ou abalam o equilíbrio no mundo da narrativa (cf. Herman, 2007: 9), possibilitando diversos tipos de estruturas semelhantes aplicáveis a qualquer tipo de texto.

«Situação inicial > Transformação > Situação final» (Adam e Revaz, 1997: 67)

«Situação inicial > Nó > Ação > Desenlace > Situação Final» (Adam e Revaz, 1997: 80)

«Antes > Processo > Depois» (Adam e Revaz, 1997: 67)

«Principio > Meio > Fim» (Lacey, 2000: 27)

«Thesis > Antithesis > Synthesis» (Lacey, 2000: 27)

Aparentemente as narrativas baseiam-se numa transição «de um equilíbrio que, após um evento disruptivo, dá lugar a um equilíbrio renovado» (Gillespie e Toynbee, 2006: 97). O desequilíbrio, provocado pelo evento disruptivo, é o chamado nó da intriga (cf. Adam e Revaz, 1997), que estimula uma tensão interna entre os factos, devendo a sua presença ser constante até ao desenlace. O que aparentemente pode ser uma estrutura simples torna-se deveras complexa na perspetiva de vários autores como Tzvetan Todorov, Vladimir Propp, Claude Lévi-Strauss e Roland Barthes, cujos desenvolvimentos sobre a estrutura narrativa são elementos fundamentais na desconstrução de qualquer narrativa.

1.2.1. Tzvetan Todorov

O modelo de estrutura narrativa proposto do Tzvetan Todorov ganha contornos mais complexos que os expostos anteriormente. Coerente com o pressuposto aristotélico de que a narrativa é uma transformação causal (cf. Lacey, 2000), Todorov divide a estrutura narrativa em cinco etapas: primeiro deparamo-nos com uma situação de equilíbrio (situação A). Esse equilíbrio é rompido por uma ação. Seguidamente existe um reconhecimento do rompimento do equilíbrio, uma tentativa para restituí-lo e, por fim, o regresso a uma nova situação de equilíbrio (situação B).

Gillespie e Toynbee (2006) aprofundaram esta estrutura proposta por Todorov, destacando os seguintes momentos da narrativa: exposição, disrupção, complicações, clímax e resolução. No programa televisivo, a *Casa dos Segredos* podemos aplicar este tipo

de estrutura quer à narrativa central, podendo o rompimento do equilíbrio ser as nomeações ou a própria competição, tal como às diversas narrativas pessoais, sendo que um conflito entre dois concorrentes poderá ser considerado como um rompimento do equilíbrio. (Quadro II).

1.2.2. Vladimir Propp

Propp desenvolveu os seus estudos a partir dos contos populares acreditando que a sua estrutura poderia ser aplicada a qualquer texto narrativo (Lacey, 2000: 46). Embora criticado por diversos académicos que acreditavam que não existia nenhuma razão para concluir que textos fílmicos ou televisivos «partilhavam a mesma estrutura que os contos populares» (Lacey, 2000: 52), Propp teorizou as funções de cada personagem na narrativa através das suas ações na história e/ou das consequências das mesmas, identificando assim «um número limitado de papéis e funções desempenhados por cada personagem» (Gillespie e Toynbee, 2006: 99) tais como: o vilão, o herói, a princesa, o ajudante, etc.

Assim sendo, segundo Propp, a performance das personagens pode ser «categorizada segundo diversos papéis genéricos» (Rimmon-Kenan, 1983: 34), sendo que cada personagem pode desempenhar mais do que um papel. Organizando a sua estrutura de narrativa em seis etapas – preparação, complicação, transferência, luta, regresso e reconhecimento – Propp salientou que as narrativas dos contos populares «eram construídas através de sequências fixas de exatamente 31 ações» (Propp, 1968 *apud* Gillespie e Toynbee, 2006: 99).

Apesar de na *Casa dos Segredos* estas funções/ações dos personagens e a estrutura narrativa dos contos populares teorizada por Propp não ter aplicação direta, os seus estudos sobre o papel das personagens dentro da história demonstraram-se bastante significativos, sendo que a caracterização dos concorrentes pode ser inferida pelas suas ações ou consequências das mesmas numa determinada narrativa (Quadro II).

1.2.3. Roland Barthes

Barthes vem acrescentar que «a narrativa não lida com a realidade mas sim procura criar uma ilusão de realidade» (Lacey, 2000: 77), sendo utilizados códigos narrativos para transmitir essa ilusão de realidade.

O código hermenêutico, teorizado por Barthes, ocorre quando eventos formulam «uma questão ou atrasam uma resposta ou ainda constituem um enigma» (Barthes, 1990

apud Lacey, 2000: 72). Exemplificando, no programa em análise, o próprio título esconde um enigma: *A Casa dos Segredos*, que segredos? (Quadro II). É este tipo de enigma que pretende prender a audiência ao ecrã «criando a expectativa de saber o que acontecerá de seguida» (Lacey, 2000: 72). No texto televisivo, os segredos são uma garantia de enigma(s) caso os próprios concorrentes não os proporcionem na sua interação improvisada. Dada a natureza do imprevisto que subsiste no programa, apesar das técnicas narrativas aplicadas pela produção, os segredos garantem a existência efetiva e controlada de enigmas. Destacamos ainda, o código de ação, que determina a necessidade de explicitar ou não um determinado acontecimento. Se os concorrentes da *Casa dos Segredos* vão dormir não é relevante para a ação mostrá-los a adormecer.

Ainda de referir que, no caso do programa em análise, os códigos referenciais/culturais ganham relevância dado o impacto que teve o *Big Brother* na cultura popular, sendo inegável a intertextualidade existente entre ambos os textos televisivos, característica incontornável do género onde ambos os programas se enquadram.

1.2.4. Claude Lévi-Strauss

Tal como as ideias defendidas por Todorov e Propp derivam diretamente do estruturalismo, Lévi-Strauss é um teórico incontornável desta corrente de pensamento. Inspirado em Saussure, «que demonstrou que os signos, quer sejam palavras ou imagens, não possuem um significado específico, sendo arbitrários» (Lacey, 2000: 65), estudando a linguagem como um sistema de oposições, Lévi-Strauss «teorizou estas oposições binárias como forma de a humanidade interpretar a realidade» (Lacey, 2000: 65). Ora, se as narrativas são utilizadas para fazer sentido da realidade como se articulam, neste contexto, estas oposições binárias?

A construção da narrativa baseia-se numa relação entre oposições binárias «dado que as histórias são estruturadas com o objetivo de resolver conflitos, caracterizadas pela oposição entre o herói e o vilão» (Lacey, 2000: 65). No caso da *Casa dos Segredos*, eles são o vencedor e o perdedor (Quadro II), apanágio da visão maniqueísta do mundo contemporâneo.

	Narrativa Central/Jogo CS	Narrativa Interna/Pessoal CS
Tzvetan Todorov (<i>apud</i> Lacey, 2000) Situação A Rompimento do equilíbrio Reconhecimento do rompimento do equilíbrio Tentativa de reparar o rompimento Situação B	Concorrentes entram numa casa Têm de ser expulsos à semana Têm de nomear Jogam para ficar na casa Vencedor final/Concorrente salvo	Embrulho das prendas de Natal Início de discussão entre 2 concorrentes Discussão agrava-se Colegas e Produção tentam apaziguar Discussão acaba, fazem as pazes
Gillespie e Toynbee (2006) Exposição Disrupção Complicações Clímax Resolução	Concorrentes entram numa casa Possuem segredos São dadas pistas para os descobrir Carregar no botão dos segredos Desvendar os segredos	Embrulho das prendas de Natal Início de discussão entre 2 concorrentes Colegas e Produção tentam apaziguar Discussão agrava-se Discussão acaba, fazem as pazes
Vladimir Propp (<i>apud</i> Lacey, 2000) Preparação Complicação Transferência Luta Regresso Reconhecimento	Castings e escolha dos concorrentes. Competição e Segredos Competição na Casa isolados Fugir às nomeações Saída da Casa/Estadia na Casa Fãs/Salvo pela audiência	Caracterização de personagens: <i>Daniela S.</i> – protagonista da discussão/ recebe presente no final – VITIMA recompensada <i>Fanny</i> – Defensora de João M. Instiga a discussão – Penalizada pela Voz – CULPADA/CONFLITOSA <i>João M.</i> – protagonista /estava a dormir quando as prendas foram embrulhadas, chamaram-no e não apareceu – PREGUIÇOSO
Roland Barthes (<i>apud</i> Lacey, 2000) Enigma Atraso Resolução	Quem será vencedor? Quem será nomeado/expulso? Quem terá aquele segredo?	Que acontecerá? Ficarão «inimigos»? Farão as pazes? Terão algum castigo?
Claude Lévi-Straus (<i>apud</i> Lacey, 2000)	Vencedor – Perdedor Não nomeado – Nomeado Salvo – Expulso Concorrente – Ex-concorrente Verdade – Mentira	Certo – Errado Trabalhador – Preguiçoso Vítima – Culpado Recompensado – Castigado Proteger – Ameaçar

Quadro II – Aplicação das narrativas da *Casa dos Segredos* (CS) aos modelos dos vários autores

2. O Modo Televisivo: a *Reality TV*

A categorização dos textos televisivos em géneros permite uma fácil comunicação entre a indústria televisiva e a audiência (Bignell, 2004: 114; Gillespie e Toynbee, 2006: 45). Este processo de «dividir e classificar os programas por grupos» (Bignell, 2004: 132), através da identificação de «códigos e convenções culturais específicos estabelecidos ao longo do tempo» (Gillespie e Toynbee, 2006: 45), compreendidos pelos diversos *stakeholders* inerentes à indústria televisiva, leva à criação de expectativas por parte da audiência (cf. Lacey, 2000). Essas expectativas, no contexto atual, são constantemente colocadas à prova visto «os géneros mudarem constantemente, moldando-se e redefinindo-se» (Turner, 1993 *apud* Lacey, 2000: 134).

A *reality TV* surgiu no panorama audiovisual como género inovador, sendo o termo aplicado para descrever uma vasta diversidade de programas populares factuais (*popular factual programming*) (cf. Hill, 2005), intercetando a fronteira entre informação (realidade) e entretenimento (ficção). Segundo Turner e Tay (2009), o sucesso de programas como *Survivor* e *Big Brother* deve-se ao facto de serem comunicados como «novidade – novos conceitos, novos formatos, novas experiências» (Turner e Tay, 2009: 14), sendo o hibridismo do género definido «pela seleção de elementos combinados» (Lacey, 2000: 133), tais como, arquétipos de personagens, cenário, iconografia, narrativa e registo estilístico.

O género «televisão da realidade» pode ser definido por programas, sem um guião predefinido (*unscripted*), protagonizados por «pessoas comuns», não atores profissionais, inserindo-se num conceito de vigilância total (cf. Kavka, 2012) e, perpetuando o que Foucault (1978) e Furedi (2004) denominaram de «cultura terapêutica e confessional» (*apud* Aslama e Pantti, 2006: 167). Dada a abrangente definição do género *reality TV*, diversos programas podem enquadrar-se dentro desta mesma categoria, o que consequentemente, levaria a indústria a distinguir os diversos subgéneros presentes na *reality TV*, como por exemplo, «docu-drama», «docu-soap» e «reality show».

O impacto da *reality TV* no panorama audiovisual permitiu a total transformação da grelha de programação televisiva, criando todo um universo de celebridades e tornando a audiência «em leitores sagazes – para não mencionar potenciais participantes – nos mecanismos da produção televisiva» (Kavka, 2012: 2). As origens do género remetem para meados dos anos 90 e início de 2000, «quando palavras como *reality TV* e docudrama

começaram a entrar no léxico acadêmico» (Kavka, 2012: 3), com o início do programa *Big Brother* cujos temas como *surveillance culture* (cf. Andrejevic, 2004 *apud* Kavka, 2012), relação entre a televisão e o quotidiano (cf. Bonner, 2003 *apud* Kavka, 2012), a esfera pública e privada (cf. Van Zoonen, 2004 *apud* Kavka, 2012) e a constante competitividade (cf. Kavka, 2012) foram a premissa para o desenvolvimento do subgênero *reality game-show*.

2.1. Origens do gênero: da *reality TV* ao *reality game show*

A *reality TV* surge da combinação de diversos «aspectos de outros gêneros televisivos» (Kavka, 2012: 5) inter-relacionando características do discurso referencial como o gênero documentário e adotando elementos característicos de telenovelas, *game-shows* e *talk-shows* (Mast, 2009: 231).

Autores como Kavka (2012), Bondebjerg (2002) e Tolson (2006) circunscrevem o aparecimento da *reality TV* à primeira metade dos anos 90, aquando do aparecimento, nos Estados Unidos, de programas sobre a temática do crime, como por exemplo, *Cops* e *Crime Watch*. Posteriormente, esta primeira geração de *reality TV* (1989-1999) (cf. Kavka, 2012), na segunda metade dos anos 90, é protagonizada pelas *docusoaps*, cujas personagens eram pessoas «reais»⁵, representando-se a si próprias expostas aos diversos constrangimentos do medium, com «uma ou duas histórias em cada episódio» (Bondebjerg, 2002: 11) seguindo o discurso ficcional presente no gênero telenovela.

O programa que revolucionaria as audiências surgiria pouco depois do sucesso do programa transmitido pela MTV, *The Real World*, iniciando-se assim, com o *Big Brother*, a segunda geração da *reality TV*, segundo a categorização de Kavka (2012) preconizada pela introdução do conceito de jogo e competitividade tal como a constante vigilância exercida sob os protagonistas. Embora, o programa seja diversas vezes categorizado como *reality show*, evidenciamos o elemento do jogo, preconizado inicialmente com o desenvolvimento do programa *Survivor* (1992) produzido por Charlie Parson (cf. Hill, 2005). O conceito de *reality game show* é pois crucial para o caso de estudo em análise, dado que no programa *A Casa dos Segredos*, mais do que «as nomeações e expulsão dos concorrentes» (Kavka, 2012: 91), o elemento competição é central para o avanço da

⁵ A referência a pessoais «reais» no gênero docudrama encontra-se sempre constrangida pelos códigos e convenções televisivas e ainda pelas narrativas preconizadas. Os personagens do docu-drama não possuem consequentemente um autenticidade verdadeira, mas sim circunstancial, representando-se a si próprios.

narrativa, quer na descoberta dos segredos, quer no cumprimento de missões levadas a cabo por cada concorrente.

Assim sendo, o género «revolucionário que mudaria a filosofia do programa televisivo convencional» (Gordillo, 2009: 186) marcou a era da hipertelevisão, sendo o *reality show* e, mais especificamente, o *reality game show*, caracterizado pela sua dualidade entre realidade e ficção, apanágio do entretenimento preconizado pela *reality TV*.

2.2. Características do Género *reality game show*

Denominado como «novela da vida real», o *reality game show*, consiste numa história sem guião, protagonizada por pessoas representando-se a si próprias «fabricadas por uma produção rotineira» (Curnutt, 2011: 1062). Este género é ainda caracterizado por um estilo dramático e narrativo através de um registo sensacionalista, polémico e emotivo (cf. Orza, 2002).

Adotando a caracterização do género definida por Gordillo (2009), os *reality game shows*, como o *Big Brother* e a *Casa dos Segredos*, regem-se pela escolha de concorrentes bem estudados para conviverem dentro de um ambiente fechado sob a vigilância constante de câmaras e microfones. Sendo a sua temática predominante a intimidade das personagens, nota-se uma acentuada espectacularização da vida privada e do quotidiano. As gravações do programa «são editadas e mostradas, selecionando os momentos mais interessantes, polémicos e escandalosos» (Gordillo, 2009: 187) originando «linhas narrativas a partir da personalidade dos participantes» (Gordillo, 2009: 187), pautadas pelo sensacionalismo, pela emotividade, pela ausência de fronteiras entre o público e o privado e por uma constante ficcionalização do discurso, como explicitaremos nos seguintes capítulos. Por sua vez, Lacey (2000) explicita as componentes do género como sendo: o cenário, no caso em análise, a Casa-estúdio (o palco/arena no qual os concorrentes são observados 24 horas) e os restantes estúdios televisivos (*Gala de Domingo* e *Diários*); a iconografia, caracterizada pela luminosidade e espectacularização do espaço; e a narrativa, pautada pela exploração da intimidade e a criação de conflitos, controlada pela produção do programa. De salientar, ainda, o recurso a arquétipos de personagens, facilmente estereotipados (cf. Lacey, 2000) que, ao longo da narrativa, demonstram as suas estratégias de modo a vencer o jogo.

Explorando ao longo deste capítulo as características acima apresentadas, aprofundamos as suas implicações quer na construção do género, quer na construção da narrativa, demonstrando de que forma é que esta «realidade está tão manipulada que se assemelha muito mais às características de uma peça de teatro ou a um guião televisivo» (Gordillo, 2009: 187).

2.3. Do *Big Brother* à *Casa dos Segredos* – Panorama Audiovisual Português

O formato oriundo da Holanda, produzido originalmente pela multinacional Endemol Produkties, marcou o panorama audiovisual português à semelhança do que aconteceu nos mais de 40 países que adotaram o formato, tornando-se para além de um dos programas mais estudados no âmbito da *reality TV*, um dos formatos mais vendidos na história da televisão (cf. Hill, 2005).

O programa introduziu quatro significativas diferenças comparado com outros programas inseridos no género. Embora a audiência já se encontrasse familiarizada com adaptações híbridas que invadiram a Europa no final dos anos 90, nas quais características de géneros como o *game-show*, o *talk-show*, a telenovela e o *docudrama* se fundiam (cf. Frau-Meigs, 2006), o *Big Brother* introduziu «um enquadramento competitivo» e reforçou a «a permanente vigilância dos concorrentes» (Kavka, 2012: 84), tornando-se, devido ao pouco tempo de emissões diárias, num dos primeiros programas multiplataformas. Estas mesmas características, apesar da exportação e da adaptação do formato tanto na Europa como na América, mantinham-se fidedignas nos diversos países em que o programa esteve em exibição, devido a regras, desenvolvidas pela Endemol, com o objetivo de facilitar a criação de um formato transcultural, segundo Frau-Meigs (2006), «unindo diferentes países em torno de um único texto» (2006: 38). Bondebjerg (2002) explicita quais os elementos na base deste «enquadramento original», sete simples regras presentes na bíblia da Endemol:

1. Concorrentes não se podem conhecer previamente;
2. Concorrentes não podem ter qualquer contacto ou informação com o exterior;
3. A Casa encontra-se desprovida de luxos, apenas contendo as necessidades básicas;
4. Vigilância constante (câmaras e microfones)
5. Os concorrentes têm um espaço «privado» – o confessionário para partilharem o dia a dia;
6. Concorrentes de semana a semana saem da Casa (nomeações/expulsão)
7. Qualquer concorrente é livre de desistir do jogo a qualquer altura.

A universalidade e globalização alcançada pelo formato aliada à premissa de juntar jovens num espaço confinado no qual seriam filmados por uma série de câmaras ocultas» (Turner e Tay, 2009: 149) tornaram o formato, baseado na realidade e quotidiano de «pessoas comuns», num espetáculo televisivo, apanágio do entretenimento da *reality TV*.

Transmitido em Portugal pela TVI, o *Big Brother* levou a estação televisiva a elevados níveis de audiência e a uma forma de entretenimento que pautaria a programação da televisão generalista portuguesa. A 24 de outubro de 2000, no decorrer da 1ª edição do *Big Brother*, a TVI obteve «a maior audiência média da temporada com 25.6%, o que equivale a 2.298.100 espectadores e um share de 65.3%»⁶. A *reality TV* em Portugal tinha começado a dar os primeiros passos com programas do género como *Ponto de Encontro* (SIC, 1994) ou *All You Need is Love* (SIC, 1994) que de forma sóbria começavam a introduzir pessoas comuns e as suas histórias no entretenimento televisivo. Em finais do séc. XX e início do séc. XXI, surgem diversos programas – *Bombástico* (SIC), *Eu Confesso* (TVI) e *Vidas Reais* (TVI) – que preconizam a televisão como justiceira dos males da sociedade. O *Big Brother* (2000) surge como um formato diferente, «prometendo mostrar tudo» (Kavka, 2012: 84) promovendo simultaneamente uma «social experiment» (Bondebjerg, 2002: 8) que satisfaz o voyeur escondido em cada telespectador e, ainda, uma competição – «a sobrevivência dos mais aptos, neste caso, dos mais *camera-friendly*» (Frau-Meigs, 2006: 38) – na qual só um pode ser consagrado o vencedor, apanágio do *suspense* necessário à construção da narrativa.

Após quatro anos de *Big Brother* na programação generalista – *Big Brother* (2000), *Big Brother 2* (2001), *Big Brother 3* (2001), *Big Brother 4* (2003) e, ainda, duas edições de *Big Brother Famosos* – deparamo-nos com um hiato neste tipo de formato. Contudo, os géneros da «televisão da realidade» continuaram a marcar presença ao longo do séc. XXI, especialmente no que diz respeito a *talent shows* – *Academia de Estrelas* (TVI), *Operação Triunfo* (RTP), *Ídolos* (SIC), *Portugal tem Talento* (RTP/SIC), *Uma Canção para Ti* (TVI), *Achas que Sabes Dançar?* (SIC) – e a *reality game shows* que procuravam alcançar o sucesso do *Big Brother* – *Survivor* (TVI), *Acorrentados* (SIC), o *Bar da TV* (SIC), *Masterplan* (SIC), *A Ilha da Tentação* (TVI), *Quinta das Celebidades* (TVI), *Circo das Celebidades* (TVI), a *Bela e o Mestre* (TVI), etc. Passados 12 anos desde a entrada dos *reality game shows* em Portugal, surgiu o programa *Secret Story – A Casa dos Segredos*,

⁶ Mediamonitor, <http://www.mediamonitor.pt/noticias/index.php3?seg=131> consultado a 30.04.12

uma promessa semelhante à que em 2000 revolucionou o entretenimento em Portugal e no mundo.

Em conformidade com o *Big Brother*, o programa *A Casa dos Segredos* «usa um lugar-comum como pano de fundo para uma maquinização emocional e psicológica dos concorrentes» (Hill, 2005: 31). Os concorrentes voltam a estar fechados dentro de uma casa-estúdio vigiados 24 horas. Este recente revivalismo do programa *Big Brother* após vários anos em pausa (cf. Kavka, 2012) intensifica o papel da competição no jogo. Já não se trata simplesmente de mostrar o dia a dia dos concorrentes. O slogan já não é «1 casa, 12 pessoas, 120 dias, sem privacidade, 20.000 contos» (*Big Brother*, 2000) mas sim «Todos têm um segredo. Todos têm uma missão. Esconder o seu segredo durante 13 semanas. Será que vão conseguir? Mas atenção, as aparências enganam. *Secret Story*. *A Casa dos Segredos*» (Voz-off do genérico da 1ª edição da *Casa dos Segredos*). O tema da vigilância, todo o aparato de câmaras, microfones, satélites presente no genérico do *Big Brother* são postos de parte e os concorrentes passam a ter maior relevância sendo o genérico da *Casa dos Segredos* a apresentação das personagens do programa, personagens «selecionadas consoante a sua habilidade para expressarem os seus sentimentos sem qualquer talento específico» (Frau-Meigs, 2006: 38) estereotipadas em determinados papéis presentes na sociedade: «o problemático», «a sedutora», «o coitadinho», etc.

Deste modo, a noção de jogo presente no género *reality game show* ganha relevo no programa *A Casa dos Segredos*, pois o simples dia a dia dos concorrentes deixa de ser privilegiado para dar lugar ao mistério dos segredos, à competição das missões e à curiosidade da audiência, que se pretende aprisionar a esta estrutura narrativa de *suspense*, tornando a barreira entre a realidade e a ficção mais difícil de distinguir.

2.4. Realidade e ficção

Com a recorrente presença de programas híbridos no panorama televisivo, a distinção entre realidade e ficção torna-se deveras um processo complexo. Orza (2000) explicita que, para além destes discursos híbridos apresentarem pontos de ligação com referentes reais e com conteúdos ficcionais, a representação que este tipo de programas faz da realidade é adaptada a parâmetros próprios do discurso ficcional. (2000: 142).

François Jost (2005) explicita que a televisão é composta por três mundos televisivos que se articulam entre si: o mundo real, o mundo ficcional e o mundo do jogo. Realidade e ficção estão presentes no mesmo *medium* partilhando os mesmos códigos de

encenação, códigos cinemáticos, construção de personagens e de narrativa. Quando um acontecimento real, como por exemplo um incêndio florestal, é notícia em televisão estamos perante uma representação desse acontecimento, pois existem constrangimentos técnicos (tempo de gravação, ponto de vista, ângulo de reportagem, etc.) que não permitem transmitir exatamente o que ocorreu na realidade, existindo sempre uma mediação. Por sua vez, os conteúdos ficcionais, como por exemplo as telenovelas, adotam elementos da realidade com o objetivo de perpetuar um processo de identificação por parte da audiência. Por fim, o mundo do jogo ou mundo lúdico exige o cumprimento de regras específicas, inter-relacionando o mundo ficcional e o mundo real, permitindo a fluidez deste tipo de conteúdos.

O programa *A Casa dos Segredos* é construído nestes três mundos. Com elementos referenciais e ficcionais, este género de programa não possui um guião (*unscripted*) prometendo mostrar os eventos tal como aconteceram. Contudo, esta característica *unscripted* está controlada pela produção do programa: os participantes são escolhidos segundo determinados critérios com o objetivo de criarem estratégias narrativas partilhadas com a ficção; as emissões transmitidas na televisão generalista constroem a forma como os eventos são contados à audiência, várias linhas narrativas são exploradas ao longo das emissões pela produção, etc. Para além da televisão «não mostrar a [verdadeira] realidade à audiência, podendo apenas transmitir a representação de um evento» (Friedman, 2002: 5), os programas inseridos na *reality TV* recorrem ainda a uma linguagem ficcional inscrita no mundo do jogo.

A audiência encontra-se sempre perante uma representação da realidade: as 24 horas de gravação são transmitidas nas emissões diárias compactamente, sob determinado ponto de vista. Determinados eventos ganham mais relevância que outros, tal como determinadas personagens ganham mais relevância que outras. À semelhança de programas ficcionais, que não podem ser inteiramente construídos sem um campo de referência real, criando desta forma uma relação com a audiência que se poderá rever em determinada personagem ou situação, também não existem programas, incluindo os que se inserem no género da *Reality TV*, totalmente fidedignos à realidade (Chen, 2000: 3). A linguagem televisiva necessitará sempre de marcar o texto. As imagens que a audiência visiona estão condicionadas por diversas escolhas de produção. No programa em análise são propostas missões aos concorrentes através das quais os mesmos podem arrecadar

dinheiro, o que lhes permite descobrir os segredos dos companheiros de jogo. Estas missões (discurso ficcional) podem proporcionar diversos acontecimentos que, caso contrário, não ocorreriam, reforçando ainda mais, no formato em questão, o universo ficcional inscrito no mundo do jogo. Embora possa ser argumentado que o segredo que cada concorrente possui íntegra o campo de referência real, visto o próprio telespectador possuir os seus segredos, característica inata à humanidade, muitos dos mesmos são propostos pela produção⁷.

Assim, podemos concluir que apesar do programa não possuir um guião totalmente definido, apanágio dos géneros ficcionais, possui um guião-tipo, explorando diversas possibilidades narrativas. Verificamos uma construção de arcos narrativos «criados através das escolhas das imagens transmitidas por parte da produção» (Kavka, 2012: 80). A televisão possui uma clara facilidade em representar o real, pois se não estivesse próxima da realidade, a TV não ousaria fazer estes "concursos" (cf. Torres, 2001). Em palavras de Bignell (2004) ambos os discursos (real e ficcional) vivem codependentes, demonstrando a instabilidade de elementos «considerados reais e dos considerados performance ou representação da realidade» (2004: 190), ambos complementados pelo universo do jogo. A chamada «novela da vida real» constrói-se em torno destes três mundos: a realidade televisiva é ficcionalizada através de elementos ficcionais, como a personagem «Voz», a casa-estúdio, as atividades propostas, etc., intrinsecamente relacionados com características do mundo do jogo, concurso do qual apenas um poderá ser o vencedor. A «realidade televisiva» é assim construída procurando continuamente o sensacionalismo e a simulação do quotidiano em espetáculo televisivo.

2.5. O Espetáculo televisivo do quotidiano (entre público e privado)

O *reality game show*, à semelhança de muitos dos subgéneros inseridos na «televisão da realidade», integra a simulação do quotidiano no seu processo de mediatização. O quotidiano fabricado, constrangido pelas regras do programa, torna-se parte integrante das emissões em horário nobre, pautado por «atividades de lazer espectacularizadas dado a não existência de outros acontecimentos importantes» (Hill, 2005: 31).

⁷ Em entrevista com um dos membros da produção do programa foi afirmado que a frase que exemplifica os segredos é escolhida pela produção do programa. Para além disso, concorrentes como Daniela S. e Carlos partilham o mesmo segredo. Esta partilha de segredos é uma escolha totalmente da responsabilidade da produção.

Segundo King (2005), este género de programas oferece à audiência um espetáculo televisivo, espetáculo esse que oscila entre a banalidade do quotidiano – cozinhar, descansar, etc. – e uma intensa relação interpessoal. Bondejerg (2002) acrescenta ainda que, devido a esta melodramática espectacularização em torno do dia a dia, apanágio de um discurso dramatizado, o enfoque de programas como *A Casa dos Segredos* jaz nas experiências privadas e emoções de cada concorrente.

O *Big Brother*, como pioneiro do género, mudou a relação entre televisão e o quotidiano (cf. Couldry, 2002 e Corner, 2002 *apud* Kavka, 2012), um quotidiano construído sobre constante vigilância tornando público comportamentos privados, colocando concorrentes «sob vários tipos de pressões naturais e artificiais» (Bignell, 2004: 201) e transformando os participantes em famosos e *role models* (cf. Bondebjerg, 2002: 3) após a sua participação neste tipo de concursos.

Apesar desta familiaridade de temas: quotidiano; público e privado; fama, que pretendem levar a audiência a considerar que está perante uma realidade não mediada, também devido às suas emissões em direto (cf. Couldry, 2002), Kavka (2012) alerta para a cuidada construção que está por detrás destes textos televisivos, uma realidade «altamente manufacturada», construída pela narrativa da produção e dos concorrentes. Por um lado, a produção necessita de criar narrativas que justifiquem as emissões diárias com vista a implicar a audiência no texto televisivo. Por outro lado, os próprios concorrentes entram no programa com as suas motivações e objetivos pessoais que, eventualmente, podem influenciar também a narrativa, como nos alerta Tavares (s.d: 1), através de estratégias relacionais e de jogo, partilhando as suas intimidades publicamente.

Dado o cariz polémico e sensacionalista deste género de programa, sendo «a sexualidade claramente uma das formas de atrair audiências prometendo o acompanhamento voyeurístico de relações interpessoais» (Bignell, 2004: 202), o telespectador depara-se com cenas privadas às quais os concorrentes se expõem. Apesar de nenhum tipo de relações sexuais ter sido admitido por parte dos concorrentes no programa *a Casa dos Segredos*, as imagens noturnas exibidas nas emissões *Extra* exploravam o tema, especialmente no que diz respeito a concorrentes como Carlos, Cleide, Cátia e Marco. De salientar ainda que, no programa em análise, a introdução da temática dos segredos pessoais de cada concorrente, «obriga» a uma exposição dos mesmos. Quando o seu segredo é descoberto ou revelado à audiência partilham com o mundo assuntos do foro

íntimo, como foi o caso do concorrente João M., vítima de violência doméstica num relacionamento, ou da concorrente Teresa, abandonada pelos pais quando tinha 6 anos, rompendo a fronteira entre público e privado, preferencialmente através de um discurso dramático e sensacionalista.

Deste modo, citando Micael Herschmann e Carlos Pereira (2005) «vivemos uma densa ‘teatralização’ do cotidiano à nossa volta; valorizamos estilos, personagens, máscaras sociais, linguagens retóricas e imagens fortes» (2005: 154). Os *reality game-shows* vivem desta espectacularização contemporânea do comum, simulando «a vida como um palco» (Bondebjerg, 2002: 16). O formato, que testa «comportamentos e convenções sociais do quotidiano» (Bondebjerg, 2002: 12), rompe a barreira do público e privado construindo histórias que procuram satisfazer a curiosidade voyeurística da audiência, colocando em causa a autenticidade dos acontecimentos, levando-a a questionar a performance dos concorrentes.

2.6. Autenticidade e Performance

Nos *reality game shows*, à semelhança do que acontece no género documentário, a audiência espera que os eventos transmitidos aconteçam exatamente da mesma forma caso não tivessem sido filmados (cf. Roscoe e Hight *apud* Hill, 2005: 66). Contudo, a equação visível = real = verdadeiro (cf. Souza, s.d: 5), quando se trata deste género de programa, não é linear, levantando diversas questões relativas à autenticidade e performance dos concorrentes.

Serão os concorrentes «eles mesmos» como repetidamente afirmam? Os seus sentimentos e emoções são verdadeiros? Serão estes participantes encorajados a desenvolver uma performance e a serem algo que não a sua personalidade? Serão verdadeiras as narrativas presentes nos *reality game shows*? Segundo Hill, em 2000, 73% de uma amostra de telespectadores acreditava que «as narrativas presentes em programas deste género eram inventadas ou exageradas em prol do espetáculo. Apenas 12% consideravam que os acontecimentos ocorriam exatamente como transmitidos (cf. Hill, 2005). Por sua vez, a produtora *Endemol* afirma que «tudo é verdade, tudo é real, nada no programa é falso ou irreal, é meramente controlado» (Bondebjerg, 2002: 19) e é neste controlo exercido pela produção do programa que os conceitos de autenticidade e performance se sobrepõem.

Aparentemente, os conceitos de autenticidade e performance podem ser encarados como opostos: enquanto ser autêntico significa ser verdadeiro (cf. Tolson, 2006: 169; Hill, 2005: 74), o conceito de performance está associado com o ato de representar e «desempenhar um papel diferente do *self*» (Kavka, 2012: 92). Ora, é possível o *reality game show A Casa dos Segredos* ser caracterizado por ambos os conceitos?

Embora a multiplicidade de câmaras que prometem assegurar a vigilância e a transparência dos acontecimentos, visto nada ser passível de ser escondido – «quanto mais vemos, mais sabemos» (Kavka, 2012: 92), - a produção deste género de programas possui um controlo dos acontecimentos (cf. Kavka, 2012). Citando Paul Romer, produtor do *Big Brother* (*apud* Bondebjerg, 2002: 19) a produção possui um guião virtual «que explora várias possibilidades de conflito e desenvolvimento relacional entre as personagens» (2000:19). Para além do controlo subjacente na escolha dos concorrentes fará parte do concurso, a produção procura conduzir o programa «em direções específicas (...) [mudando] o ponto de vista da narrativa de cada personagem» (2002: 19). Por sua vez, os concorrentes, ao entrarem na Casa, estão conscientes do jogo no qual competirão, possuem as suas motivações, desde a fama ao prémio monetário, estando cientes da constante vigilância presente no cenário, o que, conseqüentemente, «aumenta a possibilidade de performance e *role playing*» (Kavka, 2012: 93). Aliás, segundo Hill (2005: 65), os telespectadores acreditam que a única forma de os concorrentes serem «eles próprios» enquanto concorrentes de um programa televisivo é o desconhecimento da gravação de imagens. Goffman define a autenticidade através de um conceito que intitula de *self-enactment* que, aplicado ao programa em análise, explícita a tentativa dos concorrentes se apresentarem como eles próprios, aquando se deparam com uma situação totalmente distinta do seu quotidiano (cf. Andacht, 2003). Acrescenta ainda que, qualquer pessoa age consoante o contexto no qual está inserida, existindo sempre uma performance social inerente às relações interpessoais desenvolvidas pelo ser humano (cf. Goffman, 1971 *apud* Kavka, 2012).

Posto isto, devido a regras e condições impostas pelo programa, os concorrentes têm de adaptar socialmente a sua forma de ser. A autenticidade não pode, portanto, ser encarada, como conceito oposto de performance. Kavka (2012) defende que a utilização do termo performance não deve ser confundida com «acting up» sendo que o verdadeiro «self» dos concorrentes encontra-se condicionado por regras e condições impostas pelo

formato do programa. De salientar, que no caso particular do programa a *Casa dos Segredos* existe, de certa forma, um incentivo à performance dos concorrentes. Os mesmos, para cumprir as missões incumbidas pela omnipresente Voz, privilegiam o seu *performed self* com o objetivo de serem bem-sucedidos no jogo. Sendo que, apesar da performance dos concorrentes ser inevitável neste género de programas, devido aos constrangimentos sociais e às regras do jogo a que o concorrente é exposto, a audiência tem tendência a valorizar a naturalidade e integridade moral dos mesmos (cf. Friedman, 2002: 38; Tolson, 2006: 169; Hill, 2005: 78; Couldry, 2002: 290).

Deste modo, a «representação da vida filmada sem roteiro» (Andacht, 2003: 3) impossibilita a autenticidade pura dos concorrentes, os seus *true selves* (cf. John Corner *apud* Kavka, 2012: 95), embora possam emergir em situações de conflito ou de fragilização emocional, estão condicionados por uma performance encorajada e induzida pela produção do programa em busca de narrativas que perpetuem o interesse da audiência. Assim sendo, a «televisão da realidade» assenta na «McDonaldização das emoções» (Mestrovic, 1997 *apud* Aslama e Pantti, 2006: 170). O conceito de mcDonaldização definido por George Ritzer (1993) explora comparativamente as características pré-formatadas dos restaurantes de *fast-food* com a sociedade e cultura contemporânea. Esta formatação, universalidade, procura do controlo e eficiência aplicam-se também às emoções exploradas no género em análise, desenvolvendo uma autenticidade artificial, preconizada por constrangimentos técnicos, económicos e culturais da indústria televisiva.

Nos subcapítulos seguintes iremos debruçar-nos mais especificamente sobre o controlo exercido pela produção e pela montagem das 24 horas de imagens gravadas da *Casa dos Segredos* e ainda sobre o *role playing* dos concorrentes e, a consequente tipificação das personagens por parte da audiência. Por um lado, salientaremos a forma como concorrentes, não atores profissionais, sem um guião pré-definido são construídos como personagens através da estrutura narrativa das emissões diárias e de que modo essa mesma edição cria uma representação da realidade vivida dentro da Casa (cf. Friedman, 2002; Hill, 2005 e Andacht, 2003). Por outro lado, analisaremos o papel da produção na escolha dos concorrentes e na escolha das missões que concedem aos mesmos, encorajando-os a desempenhar performances, ambicionando a criação de conflitos e a espetacularização de emoções.

2.6.1. Produção e montagem – uma vertente técnica

Como explicitado anteriormente, a transmissão televisiva de determinado evento não é uma versão fidedigna da realidade (cf. Friedman, 2002). Existem constrangimentos técnicos característicos da linguagem e convenções televisivas. No caso do programa a *Casa dos Segredos*, uma festa organizada pela produção não será transmitida na totalidade durante as emissões diárias, existindo portanto uma seleção de imagens cuja responsabilidade recai sobre a produção e os responsáveis de edição. Deste modo, apenas uma pequena fração das gravações é transmitida. Duas horas e meia, em média, de emissão equivalem a 24 horas de gravações das diversas câmaras espalhadas pelo cenário, o que demonstra «que a produção é extremamente seletiva (e subjetiva)» na composição das emissões. (Kavka, 2012: 80; Bondebjerg, 2002: 19)

A produção exerce um controlo sobre o *reality game show*, não apenas em termos de espaço e visibilidade - «um palco com diversos palcos incluindo o *front stage* [durante o dia], o *back stage* [visão noturna] e o *deep stage* [confessionário]» (Bondebjerg, 2002: 17), mas também na construção das personagens e das suas histórias privilegiando determinados eventos em detrimento de outros (Friedman, 2002: 9).

A premissa de que a vida ocorre «em frente da câmara» (Mast, 2009: 240) é uma falácia tripla neste formato. Os constrangimentos do *medium*, a construção narrativa através dos seus respetivos códigos técnicos, cinemáticos e de encenação e, a possibilidade de a produção, através da personagem da Voz, poder interferir na narrativa televisiva, conduzindo determinadas personagens a agirem de determinada maneira, impossibilitam a autenticidade pura dos eventos, permitindo a manipulação da *storyline* dos concorrentes (Bondebjerg, 2002: 20) e o controlo da imprevisibilidade do próprio jogo. Este tipo de «jogo dentro do concurso» (Bondebjerg, 2002: 17), cumprir as missões propostas pela Voz de modo a progredir no programa, leva à aproximação de personagens (Daniela S. teve como missão fingir estar apaixonada por João J.), a conflitos e discussões (todos os concorrentes tiveram como missão não poder dar os parabéns no aniversário da concorrente Fanny), podendo eventualmente acentuar exponencialmente características da personalidade dos concorrentes (Miguel teve como missão não se poder olhar ao espelho, demonstrando a sua dificuldade em fazê-lo, evidenciando a sua personalidade narcisística e, Cátia foi exposta a diversas questões de cultura geral, exponenciando a sua ignorância perante a audiência). São estes mesmos momentos emocionais e conflituosos que a

produção considera relevantes para integrarem as emissões diárias, eliminando o suposto «tempo morto que acompanha o dia a dia dos concorrentes» (Jersley, 2000 *apud* Bondebjerg, 2002: 19).

No entanto, note-se que a imprevisibilidade dos acontecimentos permanece na construção da narrativa do programa, pois é essa imprevisibilidade que permite o suspense, preconizado pela produção. Todavia, trata-se de uma imprevisibilidade controlada. As tentativas da produção do programa de controlar a direção das diversas narrativas das personagens não impede a imprevisibilidade dos acontecimentos, pois «conflitos e emoções autênticas vêm ao de cima (...) e a imprevisibilidade dos acontecimentos torna-se visível» (Bondebjerg, 2002: 19). O segredo partilhado entre a concorrente Daniela S. e o concorrente Carlos - «somos um casal falso» - não deu origem a nenhuma narrativa sentimental nem tornou estes dois personagens num casal, sendo que após a descoberta do mesmo, cada concorrente seguiu o seu percurso no jogo, tornando-se arqui-inimigos.

Assim sendo, os juízos de valor que a audiência faz dos concorrentes encontram-se intrinsecamente relacionados com as imagens e narrativas transmitidas sobre os mesmos. A relação «entre a câmara e o sujeito da ação» (Fulton et al., 2005: 262) varia segundo diversos ângulos e pontos de vista, desde planos gerais a grandes planos, sendo que a consciência da constante vigilância e a performance incitada pela produção preconizam de certa forma um *role playing* que, consoante a edição de imagens, tipifica cada concorrente como personagem.

2.6.2. *Role playing* e tipificação de personagens

Apesar de parte integrante dos *reality game shows*, o ato de *role playing* não atua simplesmente no âmbito da *reality TV*, sendo «uma parte importante da realidade cultural e social» (Bondebjerg, 2002: 20). Deste modo, após a seleção dos concorrentes, por parte da produção, «de acordo com a sua representatividade social, carisma» (Kavka, 2012: 81) e do seu potencial narrativo, existirá uma adequação do *true self* de cada concorrente ao novo contexto com o qual se estão a deparar, não invalidando, como explicitado anteriormente, a autenticidade dos concorrentes e a expressão verdadeira das suas emoções (cf. Hill, 2005: 69).

Contudo, é necessário ter em consideração os contornos do formato em análise. No programa *A Casa dos Segredos*, doze anos após o primeiro grande *reality game show* em Portugal, tal como os concorrentes tem os seus próprios objetivos e motivações, sabendo o

que esperar do próprio concurso, também a produção têm consciência da necessidade de desenvolver um formato diferente que cativa a audiência. A espectacularização do quotidiano é acentuada pela interação com pessoas novas num ambiente peculiar, pelos segredos guardados pelos concorrentes e pelas missões que lhes são atribuídas, o que, conseqüentemente, leva os mesmos (com objetivos de serem bem sucedidos a esconder os seus segredos e completar as suas missões) a desempenharem papéis. Citando Hill (2005: 68) «*performed e true selfs* coexistem nos formatos híbridos do género de realidade», existindo vários tipos de performance que definem a perceção da audiência dos próprios concorrentes. Bondejerg (2002) acrescenta, porém, que o conceito de performance não pode ser associado ao conceito de representação visto que «é difícil representar um papel durante 100 dias». No entanto, não podemos deixar de salientar que os juízos de valor que a audiência faz dos próprios concorrentes estão condicionados pelas imagens que são transmitidas nas emissões diárias, sendo que, se a maioria das imagens transmitidas sobre determinado concorrente recaem sempre na mesma narrativa, no mesmo *performed self*, seja este num contexto social ou num contexto de jogo, serão criados estereótipos para sempre associados a essa personagem.

Recorrendo ao exemplo da concorrente Cátia, após uma resposta errada numa missão que colocava questões de cultura geral aos concorrentes, as narrativas associadas a esta personagem começaram a explorar cada vez mais a sua falta de cultura geral. Não sendo o objetivo da presente dissertação demonstrar se essa mesma ignorância seria autêntica ou se a concorrente estaria a desempenhar um papel, o que pretendemos explicitar é o facto de a produção, ao compreender que este tipo de história teria sucesso na audiência, começou a desenvolver mais missões e jogos coletivos sobre cultura geral, expondo claramente este self da concorrente Cátia. Posto isto, a sucessão de imagens transmitidas nas emissões possibilitam uma representação da concorrente como jovem ignorante, sugerindo a falta de conhecimentos de cultura geral da juventude da sociedade portuguesa. Todo este tipo de estereótipos construídos através das narrativas associadas a cada concorrente «enquadram-se em padrões sociais previsíveis» (Fulton et al., 2005: 126), existindo muitas vezes um perfil de vencedor reconhecido pela audiência.

Denote-se que o início deste processo de tipificação tem lugar na própria escolha dos concorrentes, no qual «apenas os concorrentes que marcam a sua presença e prometem linhas narrativas com possibilidade de desenvolvimento entram no programa» (Curnutt,

2011: 1065). A aparente ilusão de que qualquer pessoa poderia entrar neste gênero de programas é desmitificada pois «olhando apenas para os concorrentes selecionados compreendemos que os mesmos passaram por uma pré-seleção dada a sua boa aparência» (Couldry, 2002: 289). São os concorrentes com a «as linhas narrativas mais dramáticas» (Curnutt, 2011: 1065) que acabam por marcar a história deste tipo de programas passando, eventualmente, para o universo televisivo, como o caso de Marta Cardoso, ex-concorrente do Big Brother (2000), que integra a produção da *Casa dos Segredos*. Naturalmente, a construção das personagens acentua-se ao longo das emissões com a frequência das narrativas associadas a determinado concorrente, condicionando a percepção que a audiência fará do mesmo.

Em suma, esta relação entre as características do gênero e a construção da narrativa, embora não impossibilitem a emergência do *true self* de cada concorrente, marca presença na *Casa dos Segredos*, existindo, por parte da produção, uma construção de personagens através das narrativas associadas a cada concorrente, de modo a tornar o programa mais atrativo para a audiência, sendo que, quanto mais recorrentes forem essas mesmas narrativas, mais forte será a tipificação desse mesmo personagem.

III. Narrativa e Género na 2ª edição do programa *A Casa dos Segredos*

Oscilando entre realidade, ficção e jogo, os *reality game shows* definem os seus conteúdos, não apenas através da representação do quotidiano de «pessoas comuns» (discurso referencial) mas também através de toda uma construção narrativa associada a discursos ficcionais. A articulação destes dois discursos, através dos vários elementos presentes no género, transmite à audiência a sensação de uma realidade não mediada (cf. Chen, 2000).

Após o enquadramento realizado e segundo os diversos autores anteriormente citados, podemos, porém, afirmar que não existe uma realidade não mediada neste tipo de programas. Por um lado, qualquer texto televisivo, mesmo de cariz informativo, não fará uma representação fidedigna da realidade, pois toda uma linguagem televisiva se encontra por detrás da realidade. Por outro lado, quando falamos de *reality TV* estamos perante a espectacularização e sensacionalismo que se baseiam na «construção e estruturação de elementos tipicamente associados a géneros como a telenovela ou a *sitcom*» (Mast, 2009: 239). A chamada «novela da vida real», analisada na dissertação aqui presente, apresenta, à semelhança de outros géneros, «estratégias narrativas que criam a ilusão de uma realidade» (Tavares, s.d: 4), uma realidade na qual, segundo o autor, os acontecimentos são produzidos artificialmente, sendo o real vivido pelos concorrentes cuidadosamente construído.

A construção da narrativa, das histórias associadas a cada concorrente, pretende prender a audiência às emissões diárias, perpetuando a sua existência fora do ecrã televisivo (Eaves e Savoie, 2005: 95). Os concorrentes tornam-se protagonistas de determinadas histórias, eventualmente fabricadas pela produção do programa (cf. Lacey, 2000: 223) que, ao longo dos três meses, vai desenvolvendo um guião «baseado nas diversas *storylines* e conflitos possíveis» (Bondebjerg, 2002: 19), *storylines* que privilegiem o entretenimento da audiência (cf. Tolson, 2006: 172). Deste modo, a abordagem dos *reality game shows* não incide sob a representação da «realidade quotidiana» dos concorrentes mas sim sob a sua ficcionalização (cf. Lopes, s.d: 2), sendo que, segundo Roland Barthes (*apud* Lopes, s.d: 2) a ficcionalização de um programa está essencialmente na construção do sujeito, que com o tempo, através das imagens transmitidas na televisão generalista constituiu uma personagem tipificada: o «vilão», o «herói», a «apaixonada», a «ciumenta», etc. (cf. Souza, s.d: 6).

Deste modo, elementos da narrativa (enredo, personagens, tempo, espaço, narrador, narração e ponto de vista) aplicam-se ao conceito de género tal como as características do próprio género influenciam diretamente a construção da narrativa.

1.1. Apresentação do modelo de análise

O modelo de análise apresentado centra-se na explicação da construção do programa televisivo, tendo como vetores principais para essa mesma construção os conceitos de género e narrativa. Ambos estes conceitos são indissociáveis pois a narrativa é um dos fatores de caracterização dos géneros televisivos e, por sua vez, a construção de uma narrativa circunscreve-se também num determinado âmbito (literário, televisivo, musical, etc.). Salientamos desde já, que uma definição mais aprofundada dos conceitos foi levada a cabo na conceptualização dos mesmos, podendo a mesma ser consultada em anexo (Quadro XII).

O conceito de narrativa é construído através dos seus diversos elementos: o enredo, as personagens, o tempo, o espaço, o narrador e a narração e, por fim, pelo ponto de vista. Por sua vez, o conceito de género, concretamente dos *reality game shows*, resulta da dinâmica entre conceitos como realidade, ficção e jogo e autenticidade e performance.

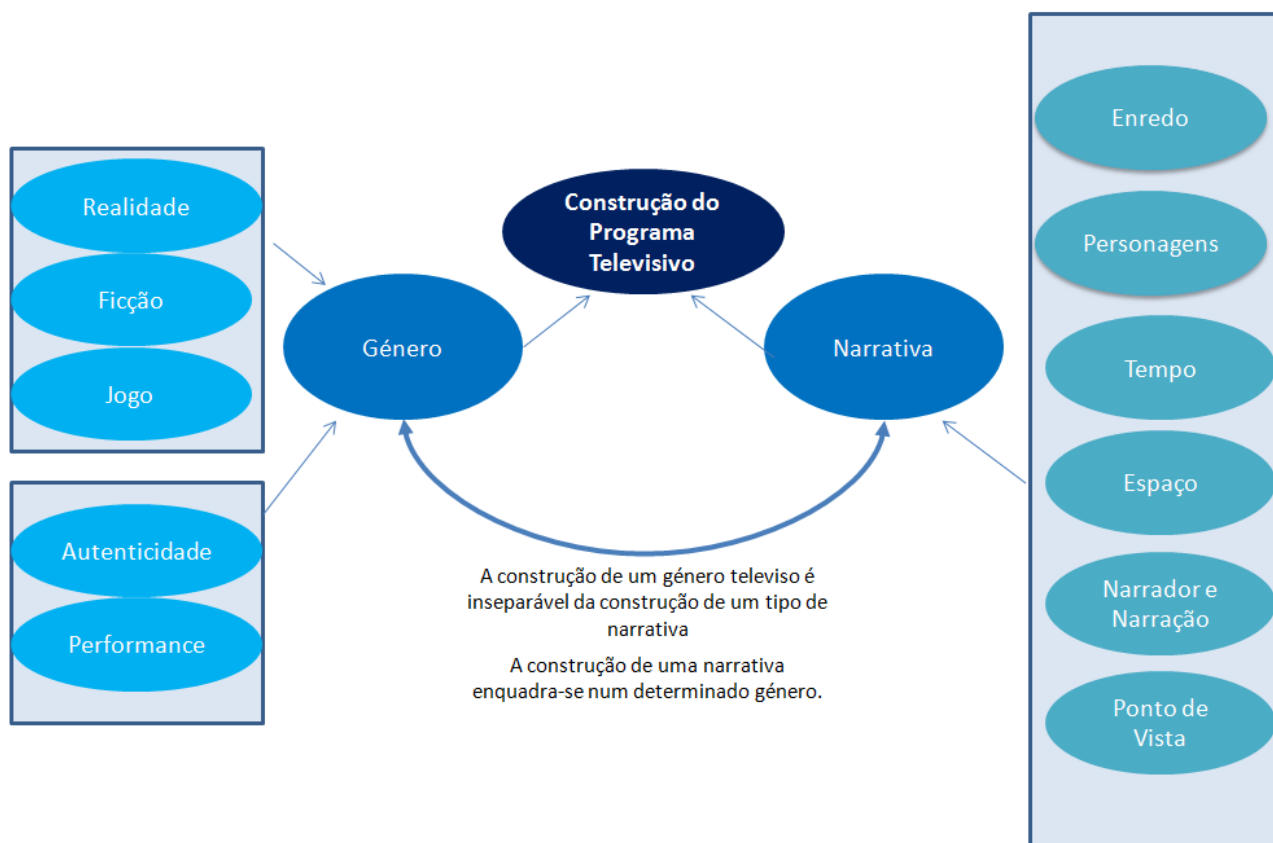


Figura 2 – Modelo de análise desenvolvido com base no enquadramento teórico

Embora não se encontrem representadas na figura, salientamos de seguida as inúmeras relações entre as diversas variáveis independentes, premissas para o aprofundamento dos objetivos de pesquisa e do desenvolvimento das questões orientadoras da investigação:

Relação entre ficção/jogo e elementos da narrativa

O discurso ficcional encontra-se presente no enredo de cada um dos personagens, quer na sua narrativa pessoal como na narrativa de jogo. As 24 horas, devido a constrangimentos técnicos, não podem ser transmitidas na sua totalidade, o que leva a que os eventos transmitidos sigam uma determinada linha de narração e determinado ponto de vista.

Relação entre autenticidade e elementos da narrativa

A autenticidade dos concorrentes é posta em causa visto o enredo do programa conter diversas estratégias narrativas, criando eventos que de outra forma não aconteceriam. Esses acontecimentos podem eventualmente ser privilegiados durante as emissões generalistas segundo determinado ponto de vista e determinada narração.

Relação entre performance e elementos da narrativa

A performance dos concorrentes é explorada pela produção (narração/ponto de vista) do programa, sendo uma estratégia narrativa que permite a espectacularização e entretenimento do quotidiano, que poderá, eventualmente, levar à tipificação dos concorrentes em personagens, dependendo da frequência que esse tipo de performance é transmitido nas emissões diárias.

1.2. Questões de investigação

Após todo o enquadramento teórico apresentado no presente capítulo, ponderamos assim as nossas questões de investigação, procurando aprofundar a relação entre os diversos conceitos explorados. Estas questões serão a premissa para o desenvolvimento da presente dissertação, ambicionando a sua resposta após a implementação e análise do instrumento de observação. Deste modo, questionamo-nos sobre os seguintes aspetos:

- O que há de ficcional no enredo de um género de «televisão de realidade»?
- Que elementos ficcionais possui o programa a *Casa dos Segredos*? E elementos reais? E elementos do jogo?

- Que tipo de enredo e estereótipo se encontram associados a cada concorrente?
- De que forma o ponto de vista, privilegiado pela narrativa do programa, influencia a construção dos personagens?
- Qual a influência do narrador e da narração do programa na autenticidade e performance dos concorrentes?
- Que tipos de performances se podem encontrar no programa?
- Podemos afirmar que quanto maior for a frequência de uma narrativa associada a um determinado concorrente, mais clara será a sua tipificação como personagem?
- De que forma a narrativa é transmitida à audiência? Tratar-se-ão de imagens (im)parciais? Quais as consequências dessa eventual parcialidade?

Estas questões decorrem dos critérios teóricos aos quais nos circunscrevemos, estando concretamente direcionadas para o nosso âmbito de estudo: a televisão como texto televisivo categorizado num determinado género construído através da narrativa, analisando concretamente a 2ª edição do programa *A Casa dos Segredos*, programa representativo de outros formatos inseridos no género *reality game show*.

IV. Metodologia

A abordagem empírica da presente dissertação centra-se na análise da segunda edição do programa *A Casa dos Segredos*, recorrendo, quando oportuno, a uma comparação pertinente com acontecimentos da primeira edição do programa. Considerámos suficiente a análise de uma semana de emissões do programa, que engloba o visionamento de duas emissões diárias (*Diário da Noite* e *Extra*) e ainda, duas emissões ao sábado e domingo (*Extra de fim de semana* e *Gala de Domingo*) numa totalidade de 12 emissões (18 horas no total), uma amostra de conveniência representativa da estrutura narrativa do programa. Embora esta estrutura seja variável, dependendo de vários acontecimentos, como por exemplo nomeações, missões, etc., considerámos que, tendo acompanhado ambas as edições do programa na íntegra, apenas uma semana de análise seria suficientemente representativa. Debruçámo-nos, deste modo, sobre a 11ª semana da segunda edição do programa, na qual apenas nove concorrentes permaneciam em jogo.

As emissões da *Casa dos Segredos* foram analisadas seguindo duas metodologias: uma análise textual e uma análise de conteúdo. Por um lado, procedemos a uma análise textual e descritiva dos componentes narrativos, analisando os significados presentes no texto. Não fazendo um julgamento sobre «a realidade ou veracidade do texto» (Mckee, 2003: 17), procurámos compreender de que forma o texto é construído. Por outro lado, realizámos uma análise de conteúdo, uma vertente quantitativa seguindo a metodologia proposta por Bardin (2009). A análise de conteúdo tem como objetivo «desconstruir os componentes do texto em unidades passíveis de serem analisadas» (Mckee, 2003: 127), podendo assim ter em conta diversos dados quantitativos de influência direta na construção da narrativa do programa, revelando algumas das suas características estruturais.

Assim procuramos «compreender para além dos significados imediatos» (Bardin, 2009: 30) e desconstruir não apenas a imagem como também todo o esquema narrativo do programa, percebendo as conotações que estão por detrás do género. Tentamos desenvolver uma análise de significados, tendo como objetivo, quer a *superação da incerteza*, procurando validar na segunda edição do programa em análise os conceitos já teorizados pelos diversos autores: autenticidade e performance e a sua relação na construção do enredo, na apresentação das personagens, etc; quer o *enriquecimento da leitura do texto*, descobrindo «conteúdos e estruturas que confirmem (infirmem) o que se

procura demonstrar» (Bardin, 2009: 31), recorrendo à nossa própria intuição como investigadores (Maxwell, 2005).

Após a conceptualização (Quadro XII, em anexo), procedemos à construção do nosso instrumento de observação (Quadro XIII, em anexo), uma grelha de análise que cruza unidades de contexto (os diversos segmentos presentes no programa) e unidades de registo (tipo de emissão, tipo de narrativa, tipo de plano, números de corte de edição, discurso dos apresentadores e concorrentes, protagonistas dos segmentos, duração do segmento e, por fim, outras observações e comentários). Entenda-se que o conceito de segmento é fundamental na organização televisiva, definido, segundo Ellis (1997), como característica da televisão fragmentada. O segmento de um programa tem como objetivo transmitir determinada mensagem, procurando uma coerência temporal, sendo que «cada segmento representa um avanço no argumento do programa como um todo» (Ellis, 1997: 148). No caso de estudo em análise, nas emissões *Diário* e *Extra* deparamo-nos com separadores próprios do programa (o olho com som de câmara ou imagens do exterior da casa-estúdio) a dividirem os diversos segmentos. Por sua vez, nas *Galas de Domingo* e *Nomeações*, esta mudança de segmento ocorre quando existe uma alteração substancial das personagens na ação ou no tema abordado.

Realizámos ainda três entrevistas a um membro da produção da TVI e da Endemol (maio de 2012) e a um dos concorrentes da segunda edição do programa (abril de 2012), com o objetivo de recolher informação concreta sobre sua a experiência dentro da CS. Ambicionando com esta análise dos componentes narrativos do programa demonstrar como é construída a narrativa de cada uma das emissões da *Casa dos Segredos*, identificaremos e tentaremos explicar os processos envolvidos nessa mesma construção, como por exemplo, as ordens da Voz, a «manipulação» de imagens, o recurso aos familiares, a intervenção dos apresentadores, a intromissão da produção na narrativa (missões), etc. Deste modo, o estudo quantitativo proporcionará a sistematização numa grelha de análise e respetiva interpretação dos seguintes componentes:

- (1) Segredo de cada concorrente;
- (2) Estrutura narrativa das emissões *Diários*;
- (3) Estrutura narrativa das emissões *Extra*;
- (4) Estrutura narrativa da emissão *Gala de Domingo*;
- (5) Narrativas pessoais de cada concorrente;
- (6) Apreciação de cada concorrente (discurso);
- (7) Caracterização dos concorrentes (personagens criadas);
- (8) Intervenções da «Voz» na narrativa do programa;
- (9) Frequência de cada concorrente em blocos de imagens e, por fim (10) Frequência entre o tipo de narrativa e o concorrente (*Diários* e *Extras* e *Galas de Domingo*) (Nº de vezes que o concorrente A surge associado à narrativa B).

V. Análise Textual e Análise de Conteúdo

O presente capítulo debruça-se sobre a análise empírica preconizada durante a dissertação. Tal como explicitado no capítulo anterior, a metodologia adotada recai sobre uma análise textual e uma análise de conteúdo, cujos resultados serão posteriormente interpretados com base nas teorias desenvolvidas no enquadramento teórico.

Percorrendo todas as unidades de registo da grelha de análise e através de uma sistematização dos diversos dados recolhidos, o presente capítulo encontra-se dividido em três partes.

Primeiramente, debruçar-nos-emos sobre a narrativa do programa e a narrativa dos concorrentes, clarificando as diferenças entre os elementos estruturais da narrativa diária e semanal e as diversas narrativas internas da *Casa dos Segredos*: a narrativa do jogo, a narrativa pessoal de cada concorrente e, ainda, a metanarrativa.

Posteriormente, sistematizaremos a análise quantitativa das emissões do programa, explicitando a relevância das diversas narrativas, enumeradas anteriormente, quer nas emissões diárias, quer nas emissões semanais. Identificaremos quais os protagonistas dos diversos segmentos e dedicar-nos-emos ainda à montagem dos blocos de imagens na *Casa dos Segredos*.

Finalmente, procederemos a uma análise qualitativa da informação recolhida nas emissões do programa, demonstrando a ténue barreira entre género aclamado como *reality TV* e a sua ficcionalização. Refletiremos sobre como se processa a caracterização dos personagens através dos segmentos analisados, isto é, se existe um determinado papel estereotipado da sociedade que se associa à imagem de determinado concorrente; caracterizaremos o papel de Teresa Guilherme como narradora e, as intervenções da personagem «Voz», um artifício criado pelo formato e, a sua influência na narração da história; e, por fim, procuraremos compreender a (im)parcialidade da narrativa e as suas consequências para o desenvolvimento do enredo.

Através da presente análise, quer quantitativa, quer qualitativa, ambicionamos dar resposta às questões de investigação que nos acompanharam ao longo da dissertação, desmitificando os conceitos de realidade, ficção e jogo presentes em programas do género *reality game shows* através da compreensão dos diversos componentes presentes na construção narrativa dos mesmos.

1. Narrativa do programa e narrativa dos concorrentes

De modo a facilitar a compreensão da construção da narrativa da *Casa dos Segredos* é necessária a clara distinção entre os dois grandes tipos de narrativas presentes: a narrativa estrutural do programa, isto é, a organização dos diversos segmentos nas emissões diárias e semanais, e as narrativas internas do próprio programa, entre as quais se destacam as narrativas do jogo e as narrativas pessoais dos concorrentes.

A narrativa estrutural do programa consiste numa construção, realizada através da montagem, dos diversos segmentos dos cinco tipos de emissões diárias (*Diário da Noite e Extra*) e semanais (*Nomeações, Extra de fim de semana e Gala de Domingo*). Salientamos, entretanto, a sua constante presença no fluxo televisivo. Definido em 1974 por Raymond Williams, o conceito de fluxo televisivo demonstra «a experiência de ver TV» por parte da audiência. (cf. Williams, 1992). À semelhança do que ocorre com os diversos programas televisivos, para além dos anúncios de programação nos intervalos dos demais programas, a *Casa dos Segredos* possui a particularidade de se encontrar presente ao longo de toda a grelha televisiva, especialmente no programa *Você na TV*. Neste programa da manhã são recebidos os concorrentes expulsos, mostradas as imagens da *Gala de Domingo*, sendo os acontecimentos vivenciados pelos concorrentes comentados em direto nas manhãs da TVI. Esta presença do programa no fluxo televisivo permite uma exposição constante dos seus conteúdos à audiência, procurando cativá-la para as diversas linhas narrativas presentes na *Casa dos Segredos*.

Nas emissões específicas da *Casa dos Segredos* notamos a existência de uma organização dos conteúdos omnipresente para cada uma das emissões. As emissões das *Galas de Domingo* possuem determinados segmentos que se repetem sempre nestas emissões, como por exemplo, a ida dos concorrentes ao confessionário, o anúncio à audiência do concorrente expulso, etc. O mesmo ocorre com determinados segmentos das emissões *Diários da Noite e Extra*, existindo uma organização dos segmentos que se repete ao longo das emissões, como por exemplo, uma ligação em direto à casa no início da emissão. Podemos assim, subdividir a narrativa estrutural em emissões que ocorrem todos os dias da semana (os programas diários) e em emissões semanais, cujos elementos analisaremos nos subcapítulos seguintes.

As narrativas internas do programa coincidem com os acontecimentos dentro da Casa relacionadas com cada um dos concorrentes, também sujeitas a todo um processo de

edição. Observamos vários tipos de narrativas internas: narrativas do tipo pessoal, relacionadas com a personalidade de determinado concorrente e/ou as suas relações com os colegas durante o jogo; a narrativa do jogo que se subdivide nas missões propostas pela produção do programa, na tentativa de descobrir segredos, nas nomeações, etc.; e, por fim, consideramos pertinente fazer referência ao conceito *mise en abysme* ou metanarrativa, isto é, um processo narrativo que ocorre quando a narrativa se observa a si própria (cf. Reis e Lopes, 2002: 225). Optámos pelo termo metanarrativa - «todo o discurso que se vira para si mesmo»⁸ - estando este conceito presente em segmentos nos quais o programa é alvo de conversas, preocupações, referindo-se a si próprio.

Seguidamente analisaremos em pormenor os componentes estruturais das emissões tais como as características das narrativas que conseguimos identificar na semana analisada através da nossa investigação empírica.

1.1. Elementos estruturais da narrativa das emissões diárias

Tal como referido anteriormente, as emissões diárias do programa em análise são emissões que acompanham a semana da audiência, isto é, que todos os dias da semana, no mesmo horário (*Diário da Noite* às 21h30 e *Extra* às 01h00) transmitem o dia a dia na «Casa mais vigiada do País».

Apesar de a estrutura destas duas emissões ter pontos comuns, existe claramente uma diferença entre ambas: enquanto a emissão *Diário da Noite*, de duração mais reduzida (em média 42 minutos), procura focar-se essencialmente nos blocos de imagens que mostram a semana dos concorrentes, a emissão *Extra*, com uma duração mais alongada (em média 1h05), alarga os conteúdos para além dos blocos de imagens.

O genérico da *Casa dos Segredos* não está presente na íntegra na maioria das emissões, sendo apresentada uma versão mais curta com o objetivo de identificar a emissão que está a ser transmitida. Na semana em análise, a partir do mês de dezembro o genérico das emissões *Diário* e *Extra* ganhou enfeites natalícios demonstrando uma necessidade do programa se relacionar com a sociedade, sendo que na *Casa dos Segredos* também se vivia o Natal, à semelhança do que ocorre no exterior, criando assim pontes de realidade para com a audiência. A versão completa do genérico à semelhança da primeira edição desenrola-se ao som da música oficial do programa que deixou de ter como refrão a estrofe

⁸ E-dicionário de termos literários, <http://www.edtl.com.pt/>, consultado em 12.07.12

«eu quero ver-te no meu ecrã, os teus segredos» (1ª edição) para passar a ser «Bem-vindo à Casa dos Segredos. Escondo o meu. Descubro o teu» (2ª edição). Estamos aqui perante uma inversão de sujeitos. Enquanto na primeira edição o «eu» poderia ser considerado a audiência, nesta segunda edição toda a letra do genérico se põe na pele do próprio concorrente que dá as boas vindas à audiência, envolvendo-a no próprio programa, propondo-se descobrir também os seus segredos.

Ao longo da música do genérico são apresentadas as personagens: os concorrentes, identificados pelo respetivo nome. De referir que algumas das imagens não são fixas, possuindo movimento, como é o caso dos concorrentes Ricardo e Susana, que olham diretamente para a câmara, e dos concorrentes Paulo e Filipe que se movem durante a sua apresentação. Estas *frames* constroem a primeira imagem que a audiência tem dos concorrentes e do próprio programa. Cada concorrente tem um cenário à sua volta, que pressupõe mistério, que pressupõe segredos. Marco lança cartas para a câmara fazendo alusão ao vício do jogo, Susana veste-se de cisne negro, Daniela P. aparece com 4 pernas. Salientamos ainda a relação entre os concorrentes Sónia e João F., sendo a sua relação na vida real, caricaturada no próprio genérico. Sónia, como detentora do poder da relação, a dominadora, atira as cartas, que metaforicamente poderiam representar facas habitualmente presentes nas atuações circenses, ao namorado que se deixa dominar.

Ao contrário do genérico da primeira edição, em que estava presente em *off* uma breve explicação do programa («Todos têm um segredo, todos têm uma missão, esconder o seu segredo durante 13 semanas. Será que vão conseguir? Mas atenção, as aparências iludem»), nesta segunda edição, essa explicação já não é necessária. Por um lado porque a própria audiência já se encontra familiarizada com o programa, por outro lado, a nova letra do genérico desta segunda edição é autoexplicativa⁹. De salientar ainda a peculiar relação entre som e imagem no genérico: quando ouvimos o verso «Porque eu vim para ganhar» é apresentado à audiência o concorrente João M. que, por coincidência ou não, foi o vencedor do programa.

No final do genérico, a emissão é identificada e aparece o logótipo do programa: o olho/câmara, aludindo ao olho do poder ficcionalizado por George Orwell (1949). Antes de entrarmos num segmento de estúdio, o olho, acompanhado pelo som de uma câmara, aproxima-se ficando em grande plano. Aqui encontramos como possível conotação a ideia

⁹ Consultar anexo f) O Genérico – Apresentação dos concorrentes e do programa.

de que o programa também nos vê, aquele olho é a câmara e é ele que nos possibilita ver.

Prosseguindo na nossa análise estrutural das várias emissões diárias, gostaríamos de reforçar a noção de cada uma destas emissões, *Diário da Noite* (21h30) e *Extra* (01h00), possuir uma organização narrativa própria que, embora semelhantes, têm as suas especificidades.

No que diz respeito aos *Diários da Noite*, devido à sua duração, possuem uma estrutura simples. Substituído à terça-feira pela emissão *Nomeações*, o *Diário* é emitido nos restantes quatro dias úteis e ainda ao sábado, embora neste último seja apenas constituído por blocos de imagens. A sua organização ocorre do seguinte modo¹⁰: após uma breve introdução da apresentadora, Leonor Poeyras, que dá início ao programa, é realizada uma ligação em direto à Casa, relativamente curta (em média 5 a 6 minutos), notando-se na maioria dos casos que sempre que uma ligação em direto é efetuada, os concorrentes encontram-se envolvidos numa atividade proposta pela produção, como por exemplo um festival de músicas infantis (30 de novembro) ou um jogo entre os nomeados (1 de dezembro). Após esta ligação em direto, Leonor Poeyras resume as imagens que serão vistas posteriormente. Seguidamente é transmitido esse mesmo bloco de imagens. Esta sequência (resumo e blocos de imagens) pode ocorrer várias vezes (em média quatro vezes), sendo que após cada um dos blocos são feitos ocasionais comentários em estúdio, embora em menor quantidade do que na primeira edição, visto existir apenas uma apresentadora que mantém ao longo da emissão um *adress to camera* permanente. A seguir, é novamente efetuada uma ligação em direto à Casa. Excepcionalmente, na semana em análise, no dia 1 de dezembro, este segmento não se verificou. O segmento final deste tipo de emissão promove o canal 24 horas da MEO, as plataformas online e as outras emissões do programa no canal generalista. A semana em análise em particular foi caracterizada por *promos* a um programa especial de sábado alusivo à época natalícia nos quais os ex-concorrentes Carlos e Cleide convidavam o espectador a não perder. Verificamos, ainda, a referência aos números de telefone para votar (exceto à segunda-feira) associados a um prémio monetário oferecido a um telespectador. Por fim, salientamos a frase de encerramento do programa que, embora possa ter eventuais oscilações, mantém o seu significado ao longo de todos os *Diários da Noite*: «Até lá, guarde bem os seus segredos» (1 de dezembro) ou «Siga o meu conselho, continue de

¹⁰ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XV – Estrutura narrativa das emissões *Diários*.

olhos postos na casa e, guarde bem os seus segredos» (5 de dezembro). Uma referência clara à narrativa do jogo procurando envolver a audiência nessa mesma narrativa.

Por sua vez, as emissões *Extra* (01h00) têm um início semelhante aos *Diários*. Após uma breve introdução ao programa por parte da apresentadora, Iva Domingues, é efetuada uma ligação em direto à Casa, cuja duração, na semana em análise oscilou entre os 10 e os 22 minutos. Comparativamente com a emissão transmitida em horário nobre, a emissão *Extra* dá uma maior relevância a estes momentos em direto da casa. Verificamos que, sempre que ocorre esta ligação, os concorrentes encontram-se envolvidos numa atividade proposta pela produção, como por exemplo, o jogo do bate o pé (30 de novembro) ou o balanço sobre a estadia na casa (1 de dezembro), dando assim, a «ilusão» à audiência de uma constante atividade, mesmo àquela hora «a Casa ainda não dorme», procurando explorar as emoções dos concorrentes com as atividades propostas. Na maioria deste tipo de emissões existe um intervalo, sendo o mesmo seguido de nova ligação em direto à Casa. À semelhança dos *Diários*, as emissões *Extra* seguem a mesma dinâmica resumo-imagens-comentários, sendo que esta sequência pode chegar a repetir-se oito vezes, como ocorre a 29 de novembro. Ao contrário das outras emissões, o *Extra* estende os seus conteúdos para além dos blocos de imagens, existindo, desta forma, diversas reportagens e convidados em estúdio¹¹. Embora a maioria das reportagens seja exibida após os blocos de imagens, na semana em análise existiram algumas exceções (antes e entre os blocos de imagens), como por exemplo a mensagem de parabéns dos familiares à concorrente Fanny (29 de novembro) e os telefonemas com os familiares dos nomeados (2 de dezembro). Sistematizando as diversas reportagens presentes na semana em análise destacamos a reportagem de opinião de TG sobre as nomeações (29 de novembro); o Vox Pop, como forma de representação do telespectador, sobre as nomeações (30 de novembro) e sobre a expulsão da *Gala de Domingo* (5 de dezembro); os telefonemas aos familiares dos nomeados (1 de dezembro); os comentários de Nuno Eiró e Marta Cardoso (2 de dezembro); a reportagem de opinião de TG sobre a expulsão, a reportagem aos pais do concorrente salvo e aos pais do concorrente expulso, uma reportagem sobre as primeiras reações do concorrente expulso e, por fim, a sua entrevista em estúdio (5 de dezembro).

Para além destas reportagens, existem também entrevistas em estúdio que se repetem semanalmente. A semana em análise conta três segmentos deste tipo: os

¹¹ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XIX – Reportagens e convidados em estúdio

comentários em estúdio dos ex-concorrentes da segunda edição do programa *Big Brother*, Sérgio e Verónica (30 de novembro); a repetição da entrevista com a ex-concorrente Susana, expulsa na semana anterior (30 de novembro) e, ainda, uma reportagem sobre a vida de *stripper* (1 de dezembro), associada a essa concorrente. Deparamo-nos assim com uma emissão que para além de ser descritiva, mostrando as atividades e os acontecimentos dentro da Casa, procura também comentar, interpretar e especular esses mesmos acontecimentos e/ou eventuais acontecimentos, apanágio da espectacularização característica do género. Por fim, à semelhança da emissão *Diário da Noite*, o programa termina com a promoção dos seus canais oficiais, com a divulgação dos números para expulsar os nomeados, e ainda, sendo esta semana em análise atípica, o *promo* do programa especial de sábado. Iva Domingues também se despede dos telespectadores com uma frase característica, que embora possa sofrer algumas alterações mantém sempre o seu significado, uma implícita relação para com a audiência: «não diga a ninguém, é o nosso segredo» ou «não pode contar a ninguém, é o nosso segredo». De referir ainda que, para além dos *teasers* às emissões do dia seguinte, durante a passagem da ficha técnica do programa podem visualizar-se imagens da casa em direto, sendo posteriormente identificados os apoios e patrocínios ao programa.

De salientar que a regularidade destes componentes, que constituem as estruturas narrativas das diferentes emissões, procura familiarizar a audiência com este género de programas, sendo o texto televisivo pautado por toda uma construção e organização dos segmentos. Concluimos assim que existe uma narrativa estrutural, presente e construída através da montagem em cada uma destas emissões diárias, sendo que todas terminam da mesma forma: «Por hoje é tudo, não perca (...) até para a semana (...) até lá... guarde bem os seus segredos (...) não conte a ninguém, este é o nosso segredo!» Uma conotação à narrativa do jogo (os segredos), apagónio do formato do programa.

1.2. Elementos estruturais da narrativa semanal

O programa *A Casa dos Segredos* possui também, como referido anteriormente, emissões semanais. Referimo-nos às seguintes emissões: *Nomeações* (terças-feiras); *Diário da Noite* e *Extra de fim de semana* (sábados) e, por fim, a *Gala* (domingos). Enquanto a última e a primeira têm como apresentadora Teresa Guilherme e são emitidas em direto, o *Diário da Noite* e *Extra de fim de semana* são emissões constituídas meramente de blocos de imagens da casa sem segmentos de estúdio. Tal como na narrativa diária, analisada no

capítulo anterior, com segmentos específicos repetidos em todas as emissões, a narrativa semanal também possui as suas próprias características. Existe, assim, aquilo que denominamos de narrativa estruturante, ou seja, a ordem e sequência pela qual os vários segmentos são apresentados. Essa sequência repete-se ao longo dos dias, no caso da narrativa diária e, ao longo das semanas no caso da narrativa semanal.

A emissão de terça-feira, as *Nomeações* tem segmentos próprios que organizam a narrativa e lhe conferem coerência. Sendo a emissão gerida pelo enigma «quem serão os nomeados» existem vários atrasos na resolução do mesmo. Importa referir que numa semana são os homens a nomear as mulheres e, na semana seguinte são as mulheres a ter a responsabilidade de nomear os homens. Assim sendo, nem todos os concorrentes passam pelo confessionário, apenas aqueles que nomearão.

Na emissão analisada, dia 29 de novembro, coube às mulheres realizarem as nomeações. A ordem de ida ao confessionário não é aleatória, seguindo a ordem de entrada de cada concorrente dentro da casa. Essa sim pode ser posta em questão condicionando a visibilidade e tempo no confessionário de cada concorrente. Embora, esta emissão esteja essencialmente relacionada com a narrativa do jogo, Teresa Guilherme aproveita a oportunidade para conversar com os concorrentes sobre as suas narrativas pessoais. Dos onze segmentos desta emissão, cinco possuem referências a narrativas pessoais dos concorrentes, representando, deste modo, 45% dos seus conteúdos. Relativamente à duração da presença de cada concorrente no confessionário, existe uma diferença máxima de 2 minutos entre as quatro concorrentes que conversaram com TG, oscilando a duração dos concorrentes no confessionário entre uma média de 9 minutos (concorrente Cátia e Daniela S.) e uma média de 7 minutos (concorrente Daniela P.).

Posto isto, a narrativa estruturante da emissão *Nomeações* começa com uma breve introdução de TG, recorrendo a figuras de estilo como a metáfora e a ironia, fazendo jogos de palavras com os concorrentes. Na semana em análise, falou-se do Fado, recentemente considerado como Património Imaterial da Humanidade, articulando as diversas narrativas da semana no seu discurso: «Fanny armou-se em fadista e a Voz armou-se em Severa e numa «Estranha Forma de Vida» na noite das nomeações não nomeia (...) Vamos falar com este povo que não lava no rio». Posteriormente, TG propõe uma ligação em direto à Casa. Após um resumo da semana do concorrente, o mesmo entra no confessionário. A dinâmica resumo-confessionário repete-se para as quatro concorrentes a nomear na semana

em análise. De salientar que entre cada um destes segmentos, o telespectador visiona um quadro resumo das nomeações de modo a manter o suspense de que «nada está ainda resolvido». Após todos terem nomeado, são anunciados os concorrentes a serem expulsos; é efetuada, nova ligação à Casa e são divulgados os números para votar. Embora condicionado pelo tempo de emissão, o programa pode alongar-se mais, caso exista um empate nas nomeações, embora o mesmo não tenha acontecido na emissão em análise.

Por sua vez, as emissões *Diário da Noite* e *Extra de fim de semana* de sábado não possuem segmentos de estúdio não existindo um apresentador a conduzir o programa, mas apenas blocos de imagens que se dividem em segmentos através de separadores utilizados (o olho do genérico ou a entrada da Casa). Ao contrário da emissão *Diário da Noite* de sábado, que transmite os acontecimentos de sexta-feira, os blocos de imagens presentes no *Extra de fim de semana* são repetições de segmentos já exibidos durante a semana. Na semana em análise, os segmentos presentes no *Diário da Noite* de sábado voltam a ser transmitidos nesta última emissão. Deste modo, estamos perante uma emissão que é 100% constituída por imagens que já foram transmitidas anteriormente, sendo a escolha destes segmentos uma forma de a produção perpetuar determinadas narrativas associadas a determinados concorrentes, como por exemplo: a repetição do jogo do bate o pé (atividade proposta pela Voz) que perpetua a narrativa pessoal dos concorrentes Cátia e Marco (o relacionamento de ambos), sendo que, quanto maior frequência a mesma tiver nas emissões, maior será a perceção da audiência sobre essa mesma narrativa. Salientamos ainda que, dadas estas emissões não possuírem um apresentador que introduza os diversos blocos de imagens, existe uma preocupação por parte da produção no que diz respeito à ordem temporal da narrativa, recorrendo a legendas explicativas em vários segmentos: dia da semana e hora; explicação o acontecimento, etc.

Por sua vez, a estrutura narrativa das *Galas de Domingo*¹² inicia-se com o genérico do programa, acompanhado pelas palmas do público em estúdio, visto pela primeira vez em plano geral, evidenciando a construção do cenário em forma de olho. A emissão começa com a música do genérico ainda a entoar «bem-vindo à *Casa dos Segredos*» aquando da entrada de Teresa Guilherme em estúdio, ao ser erguido o plasma por onde podemos ver os concorrentes, existindo aqui toda uma coerência cénica e cinemática entre cenário, planos, luzes, e som. Seguidamente, TG faz a introdução ao que acontecerá

¹² Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XVIII – Estrutura narrativa das *Galas de Domingo*.

durante a emissão, promovendo a criação de diversos enigmas para a audiência: Quem será expulso? Que segredo será revelado?, etc. Recorrendo a um discurso que lhe é característico, verificamos uma permanente intertextualidade com a época natalícia: «enfeitar a casa com Bruna que vai entrar (...) Miguel e Paulo vão dar-lhe as boas festas...estrelas desta árvore da Venda do Pinheiro...aqui só há uma mãe natal: sou eu». Seguidamente, TG realiza a ligação em direto à Casa e, posteriormente, por ser uma noite de expulsão, são divulgados os números para votar nos nomeados. Fechando assim o início da emissão, entramos numa dinâmica narrativa que oscila entre três partes. Primeiro, TG faz uma breve introdução sobre o concorrente que irá ao confessionário e seguidamente são transmitidas as imagens que resumem a semana desse mesmo concorrente. Seguidamente decorre a conversa no confessionário e, por fim, TG conversa com os familiares do concorrente em questão e, eventualmente, com ex-concorrentes. Salientamos ainda que os dois concorrentes nomeados são os primeiros a passar por este processo, pela sua ordem de entrada na casa. No dia 4 de dezembro, primeiro estive o concorrente João J. à conversa com TG, seguido por Paulo e os restantes concorrentes, à exceção de João M. e Daniela S. que, na gala em análise, não foram convocados ao confessionário. Assim sendo, nem todos os concorrentes são chamados ao confessionário, existindo uma evidente preferência pelos concorrentes com as narrativas pessoais que poderão proporcionar mais temas de conversa, concretizando a espectacularização característica do género. De salientar ainda que, na emissão analisada, foi revelado o segredo da concorrente Cátia, sendo posteriormente efetuado um telefonema à mãe da concorrente que não se encontrava em estúdio e ainda, atipicamente, foi proporcionado pela produção do programa um encontro entre o concorrente Miguel e a concorrente Bruna (que nunca chegou a entrar na Casa) num espaço intitulado «quarto secreto». Após os segmentos resumo da semana, confessionário e comentários família e ex-concorrentes, as votações são encerradas e existe uma nova ligação em direto à casa para dar essa mesma informação. Posteriormente, a votação é dada a conhecer ao público e realiza-se nova ligação em direto à casa para anunciar quem será o concorrente a abandonar o jogo. Visionamos seguidamente em direto a saída do concorrente da Casa e a sua chegada a estúdio. Toda a narrativa termina com um segmento de informações finais, entre as quais, o vencedor dos 1.000 euros, prémio dado a um determinado espectador que tenha votado, referência ao canal 24 horas do MEO, ao website oficial e ao facebook e *teasers* das restantes emissões: «na próxima terça-feira,

poderá saber quem são as meninas nomeadas, mais uma noite de grandes emoções» e «não perca os diários, conto consigo terça-feira para mais uma noite de nomeações».

1.3. As narrativas internas

Tal como já explicitado anteriormente, para além da narrativa estrutural do programa podemos ainda encontrar aquilo que denominamos de narrativas internas, ou seja, as narrativas que surgem associadas aos diversos segmentos e temáticas do programa. Categorizámos essas narrativas internas em três grandes grupos: a narrativa pessoal de cada indivíduo, a narrativa do jogo e a metanarrativa. Salientamos que devido à abrangência da narrativa do jogo, sistematizámos a mesma em diversas sub-narrativas: a narrativa das missões, a narrativa das nomeações, a narrativa dos ex-concorrentes e a narrativa dos segredos.

Procurámos assim desconstruir estas narrativas e explicitar quais as suas implicações na espectacularização do programa, sendo que os conceitos realidade, ficção e jogo e, autenticidade e performance estão intrinsecamente relacionados com as narrativas preconizadas pelas emissões transmitidas na televisão generalista.

1.3.1. As narrativas pessoais dos concorrentes

Uma das narrativas internas que categorizámos e que se encontra fortemente presente ao longo das emissões é a narrativa pessoal associada a cada concorrente. Estas narrativas surgem na gala de estreia, na qual os concorrentes são apresentados à audiência. Os seus vídeos de apresentação, construídos pela própria produção, caracterizam, não apenas as suas personalidades, como «justificam» a sua presença no programa. Estas narrativas pessoais, que definem que tipo de papel o concorrente terá no jogo, raramente sofrem grandes alterações, à exceção, como iremos analisar do concorrente Paulo, que na semana em foco, alterou o seu comportamento dentro da Casa. Embora passíveis de construir mais narrativas para além das que já se encontravam espelhadas nos seus vídeos de apresentação, os concorrentes possuem em média duas a três narrativas pessoais que começam a delinear-se logo nas primeiras semanas de emissão¹³.

A concorrente Cátia no seu vídeo de entrada na Casa, no qual todos os concorrentes entram em diálogo com a personagem «Voz», apresenta-se como «auxiliar de ação médica». A concorrente afirma que «o mais giro de tudo [da sua profissão]: é quando

¹³ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XXII – Narrativa pessoal de cada concorrente.

morre alguém. Atamos as mãozinhas e os pezinhos e metemo-los dentro do saco». Ao ser questionada pela Voz, que «sabe que não tem namorado», sobre se já teve alguma desilusão amorosa respondeu novamente com o seu humor característico: «conheci um rapaz no Facebook e passado algum tempo, não sei, ainda não descobri se gosta de homens ou de mulheres ou dos dois». Em 30 segundos, esta montagem de apresentação constrói a personagem de Cátia: a sua personalidade divertida tal como a sua disponibilidade para relacionamentos dentro da Casa. A concorrente Cátia, tendo ficado em segundo lugar no pódio, é uma das concorrentes com maior número de narrativas pessoais. Embora no início do programa a sua personalidade divertida fosse a narrativa mais forte, com o passar das primeiras semanas, através de atividades propostas pela Voz, compreendeu-se a sua ignorância em questões de cultura geral, sendo este tipo de segmentos recorrente. Ainda de salientar o seu relacionamento com o concorrente Marco e, por consequência, com a concorrente Susana que, embora na semana em análise já tivesse sido expulsa, é referida recorrentemente à semelhança do ex-concorrente Carlos com quem Cátia também manteve um relacionamento.

Por sua vez, a concorrente Daniela P. é apresentada como «cantora, atriz e relações públicas numa discoteca». É posta em evidência a sua relação com o pai: «somos um só, praticamente vivo para ele». Encontramos presente neste discurso duas das principais narrativas que acompanham Daniela P. durante as emissões do programa: a sua relação com o pai e, ainda, as suas aspirações profissionais, mais concretamente a sua carreira de cantora. Ao longo da semana em análise, esta concorrente está associada a mais duas narrativas. Por um lado, a sua amizade com o concorrente Paulo e João J. (nomeados) e, ainda, o seu relacionamento com o ex-concorrente Pedro, com o qual tinha um segredo comum: «Somos um casal».

A personagem da concorrente Daniela S. é construída através da sua profissão de psicóloga, afirmando lidar com os outros concorrentes da seguinte forma: «dizer-lhes o que querem ouvir, da forma como querem ouvir». Afirmando «sou manipuladora, vou retirar o perfil psicológico dos meus adversários, ajustar o meu discurso e conseguir deles o que eu quero». É ainda retratada como a mulher traída que, com uma filha para criar, descobriu a infidelidade do marido e não conseguiu salvar o seu casamento. No caso desta concorrente, o seu vídeo de apresentação define todas as suas narrativas pessoais: o seu papel de mãe, a relação com a filha e a sua personalidade frontal, decisiva e manipuladora. Ambas estas

narrativas se encontram exploradas ao longo da semana em análise, sendo que um exemplo de ambas é a discussão que a mesma tem com a concorrente Fanny que, após o castigo da Voz, lhe oferece como pedido de desculpas uma fotografia da sua filha. Importa ainda referir um notório incentivo da produção para a criação de outras narrativas pessoais, tendo a concorrente sido alvo de algumas missões para se aproximar de João J., embora estas não tenham ocorrido na semana analisada.

A concorrente Fanny é definida pela Voz como «uma candidata bem-disposta». A concorrente afirma: «eu estou cá para aquecer e iluminar a gente que trabalha comigo, com um gesto bonito, uma musiquinha». Define-se como «uma língua destravada» e muito ciumenta do seu «Dioguinho». Ao ser questionada pela Voz se não tem medo de se apaixonar na *Casa dos Segredos* responde: «Claro que não, Voz, já tive essa conversa com o meu Diogo, não é por ter uma árvore que não posso passear na floresta nem ver o que há na floresta». Embora o vídeo de apresentação de Fanny promettesse uma narrativa baseada na sua personalidade divertida, a imagem construída da concorrente, ao longo das emissões, torna-se cada vez mais negativa. As suas narrativas pessoais são a sua personalidade intransigente, o seu relacionamento com o concorrente João M. e, conseqüentemente a sua relação fora da Casa com o namorado Diogo, referido no vídeo de apresentação.

Por sua vez, o concorrente João J., um dos nomeados da semana em análise, é apresentado como o jovem do campo que toca acórdão e concertina. Quando questionado pela Voz sobre os seus pontos fortes salienta: «sou genuíno, transparente e humilde, vou-me dar bem com toda a gente», esperando apaixonar-se dentro da Casa. Caracterizado pela sua personalidade pacata e apaziguadora, João J. ao longo das emissões demonstra-se bastante tímido, sendo muitas vezes retratado como «dorminhoco». As demais narrativas pessoais a si associadas são resultado da intervenção da Voz, como missões ou atividades de grupo relacionadas com a sua virgindade, como por exemplo no jantar entre os nomeados e ainda, a sua proximidade com as concorrentes Daniela P. e Daniela S.

O concorrente João M. apresenta-se à audiência como «bicampeão nacional karaté e vice-campeão de muay thai (...) viciadíssimo em desporto». Após o comentário da Voz: «com um currículo desses devia ser o rapaz mais popular da escola», João M. explica que «nem tudo é o que parece. Aos 10 anos era bastante gordo pesava 60 kg e era gozado pelos meus colegas. Não tinha autoestima mas depois cresci e até conquistei a rapariga mais

bonita da escola». O concorrente em questão, cuja expectativa de entrar na casa era uma «possível rampa de lançamento para uma possível carreira de representação», é apresentado como o jovem bonito e inteligente. Ao longo das emissões demonstrar-se-á «bom amigo e respeitador», frequentemente associado à concorrente Fanny.

Ao apresentar o concorrente Marco, a Voz afirma que «conhece o seu passado» pedindo ao concorrente que conte a sua história com mais pormenores. Marco partilha com o espectador que a principal figura da sua vida era o seu pai, que já morreu, «ele era toxicod dependente e esteve preso, mas conseguiu sair da vida que tinha sem desistir. Sempre me avisou para nunca cair nas asneiras dele. Tenho muito orgulho nele, por isso é que também quero ter um filho». A sua última relação iniciou-se na Internet: «fiquei logo apanhado por ela, mas ela depois acabou comigo, não queria ter filhos, tinha medo de estragar o corpo. Ainda hoje choro, sinto a falta dela». Na gala de estreia, Marco viria a descobrir que esta sua ex-namorada entraria também na *Casa dos Segredos*, sendo a relação de ambos uma das suas narrativas. Caracterizado como «homem grande e forte que chora», com o desenrolar do programa e, em muito devido a missões propostas pela Voz, Marco desenvolve um relacionamento com a concorrente Cátia e a sua postura na Casa, no início do programa muito agressiva, sofre uma mudança justificada, pelo próprio, devido à sua amizade com João J.

O concorrente Miguel é apresentado como psicólogo, à semelhança da concorrente Daniela S. Segundo o seu vídeo de apresentação ajuda «os homens com problemas relacionais a conquistar mulheres», acrescentando ainda que tem «uma enorme facilidade em seduzir mulheres, não só graças ao [seu] físico invejável, mas também graças à [sua] inteligência. Miguel afirma ainda «Adoro o meu corpo, gosto de tudo em mim especialmente dos meus bíceps. A minha maior alegria é olhar-me ao espelho». Este traço narcisístico da sua personalidade acompanhá-lo-á como narrativa pessoal durante todo o programa. Miguel é um concorrente bastante linear e sem grande impacto narrativo. Na semana em análise, dada uma recorrente referência da sua parte, à concorrente Bruna, que não chegou a entrar na Casa, a produção possibilita um encontro entre ambos no quarto secreto durante a *Gala de Domingo*, promovendo assim uma narrativa pessoal de romance.

Por último, o concorrente Paulo apresenta-se como «segurança de discoteca», definindo como um dia perfeito «acordar ao lado de uma miúda gira. Tomar o pequeno-almoço, treinar e almoçar com outra miúda gira, depois arranjar-me e jantar com outra

miúda gira», afirmando já ter tido mais de 200 relacionamentos. Esta imagem de «conquistador» não se verificou ao longo das emissões que mostram Paulo divertido, brincalhão, respeitador, trabalhador, apaziguador, dedicado às lides domésticas, etc. Contudo, na semana em análise, na qual o Paulo se encontra nomeado, notamos uma mudança de narrativa: os segmentos em que é protagonista são caracterizados pelo seu «mau perder» e ainda, pela sua revolta contra os concorrentes Cátia e Marco. Estamos perante uma situação atípica no programa, na qual a narrativa pessoal de um concorrente ao longo das emissões muda totalmente para uma narrativa que, na opinião de Teresa Guilherme e dos restantes apresentadores e comentadores, foi prejudicial para Paulo culminando na sua expulsão.

Assim sendo, as narrativas pessoais pautam grande parte dos conteúdos da *Casa dos Segredos*. A escolha dos concorrentes por parte da produção e as linhas narrativas construídas na gala de estreia asseguram o suspense e entretenimento do programa. Por sua vez, as frequentes atividades propostas pela Voz que, embora possam fazer parte da narrativa do jogo (missões ou atividades coletivas), interferem diretamente com as narrativas pessoais dos concorrentes, promovendo a espectacularização característica do género.

1.3.2. As narrativas de jogo

O género *reality game show*, tal como definido no enquadramento teórico, possui uma vertente de jogo/concurso. São colocados numa Casa vinte concorrentes que terão de competir entre si para ganharem o prémio final, existindo apenas um vencedor. Ao contrário do formato *Big Brother*, em que esta vertente de jogo se encontrava apenas presente no ato das nomeações e no momento da expulsão, a *Casa dos Segredos* amplifica estes contornos de competição. O objetivo do jogo não é meramente ser o vencedor mas também conseguir acumular dinheiro, ao longo das semanas, descobrindo os segredos dos demais concorrentes. Esse valor monetário acumulado fica garantido para os quatro finalistas. Para que os concorrentes consigam acumular este dinheiro «fictício», a produção, personificada pela Voz, propõe missões aos vários concorrentes, recompensando-os com um determinado valor monetário caso estas missões sejam bem-sucedidas. Com o dinheiro acumulado das missões, os concorrentes poderão carregar no «botão dos segredos» de modo a descobrirem o segredo de um dos outros concorrentes.

Caso acertem no segredo ficarão com o dinheiro do concorrente cujo segredo foi desvendado, caso contrário, perderão o seu dinheiro.

Dada esta diversidade de narrativas de jogo presentes no programa em análise, considerámos pertinente uma categorização das mesmas de modo a facilitar tanto a análise de conteúdo como a sua posterior interpretação. Deste modo, encontramos cinco tipos de narrativa de jogo: as missões, as nomeações, a referência a ex-concorrentes, os segredos e, por fim, a expulsão.

A narrativa de jogo das missões, como veremos no subcapítulo seguinte, é muito frequente na semana em análise. A produção do programa intervém diversas vezes propondo diversos tipos de atividades para os concorrentes realizarem, incentivando, na maioria dos casos, as suas narrativas pessoais. Encontrámos três tipos de missões/atividades propostas pela produção: as missões coletivas, as missões dos nomeados e as missões individuais.

A maioria das missões coletivas estão relacionadas com temas da sociedade, possibilitando aos concorrentes debater sobre assuntos que habitualmente não fariam, como por exemplo a adoção de casais homossexuais (5 de dezembro, *Diário da Noite*). De salientar ainda que, à semelhança do que ocorreu na primeira edição da *Casa dos Segredos*, na qual a IKEA estava presente neste tipo de segmentos, também a Multi-Ópticas, nesta semana, realiza este tipo de *product placement*. Neste tipo de missões a produção explora ainda as emoções dos concorrentes, propondo jogos sobre as nomeações, sobre as pessoas que mais os desiludiram na Casa, etc., possibilitando assim, uma maior suscetibilidade para a criação de conflitos. Os concorrentes nomeados competem em missões específicas, como por exemplo, o jogo dos copos (1 de dezembro, *Diário da Noite*) ou o jogo da *piñata* (4 de dezembro, *Gala*). Por fim, as missões individuais são propostas pela Voz ao concorrente no confessionário, dado que a missão, para ser bem-sucedida, implicará a sua performance de modo a que os restantes não descubram que está em missão. Estas missões podem envolver apenas o próprio concorrente, como por exemplo a missão de Miguel «Um dia sem se olhar ao espelho» (3 de dezembro, *Diário da Noite/Extra de Fim de semana*) ou envolver mais do que um concorrente, como foi o caso da missão de João J. que teria de encontrar quais os concorrentes tatuados com uma borboleta no corpo (29 de novembro, *Extra*), sendo em certos casos caracterizadas pela sua vertente divertida, incentivada pela

música que acompanha o segmento, como por exemplo, a missão de Cátia vestida de banana (3 de dezembro, *Diário da Noite*).

Relativamente à narrativa de jogo das nomeações e da expulsão, na semana em análise, este tipo de segmentos foi recorrente, dado que as imagens transmitidas claramente demonstravam uma divisão de grupos na Casa devido às nomeações. Por sua vez, a narrativa da expulsão encontra-se essencialmente presente nos segmentos em estúdio quando são referidos os números para votar nos nomeados.

A narrativa de jogo relacionada com os ex-concorrentes possui, na maioria dos casos, uma relação com a narrativa pessoal de cada um dos concorrentes. Marco, Cátia e Daniela P. são os mais associados a esta narrativa.

Por último, deparamo-nos com a narrativa de jogo relacionada com os segredos dos concorrentes, presente em segmentos em que se especulam os possíveis segredos ou segmentos em que o concorrente carrega no «botão dos segredos», notando, na semana em análise, uma preocupação da Voz em incentivar os concorrentes na sua descoberta. Na emissão *Gala de Domingo* é feito um ponto de situação sobre os segredos¹⁴, sendo que apenas os segredos de Fanny, João M. e Miguel se encontravam por revelar, sendo também contabilizado o valor monetário acumulado por cada um dos concorrentes. Salientamos também que, estando a narrativa de jogo em destaque, contendo o programa na sua própria designação a palavra «segredos», os vídeos de apresentação dos concorrentes procuram induzir o espectador nessa busca pela resolução do enigma.

Sistematizando assim, os cinco tipos de narrativa de jogo tornam o programa mais enigmático, associando a este tipo de narrativa várias questões com o objetivo de manter a audiência presa ao programa: quem será nomeado? Será que esta missão será bem-sucedida? Quem será expulso? Qual o seu segredo?, etc. Existe assim também uma dimensão de jogo para o espectador, que procura desvendar os enigmas vivendo o jogo interno do programa, podendo ainda habilitar-se a ganhar dinheiro se votar nos concorrentes nomeados. Toda esta busca pela resolução do enigma, segundo Barthes, ou pelo restabelecimento de um novo equilíbrio, segundo Todorov, mantêm o interesse narrativo da audiência pelo programa, sendo que a própria produção, preconizando a espetacularização do quotidiano, possibilita atrasos na resolução destes enigmas.

¹⁴ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XIV – Segredo de cada concorrente em jogo.

1.3.3. A metanarrativa e referências à realidade

O conceito de *mise en abyme* (cf. Reis e Lopes, 2002) ou metanarrativa presente no texto televisivo em análise ocorre quando a narrativa «observa a própria narrativa ou um dos seus aspetos significativos» (Reis e Lopes, 2002: 225).

Embora este tipo de narrativa possua menor relevância que as demais, como analisaremos no seguinte subcapítulo, trata-se de um processo fundamental na construção dos textos televisivos, dado a contínua referência durante o programa às suas diversas emissões e conteúdos. Inserindo-se num género de *reality TV*, o programa *A Casa dos Segredos* sente ainda necessidade de aproximar os seus conteúdos da realidade exterior, provavelmente para compensar os seus aspetos ficcionais, preconizando pontos de relação para com a audiência.

Por um lado, na semana em análise, a metanarrativa pauta essencialmente segmentos de estúdio, nos quais os apresentadores fazem referência às suas próprias emissões. Os próprios concorrentes demonstram uma preocupação com o mundo exterior e com a forma como a sua imagem está a ser avaliada pela audiência como, por exemplo a conversa entre João M. e Fanny (30 de novembro, *Diário da Noite*).

Por outro lado, consideramos também relevante a necessidade de aproximar os conteúdos à realidade exterior, sendo recorrentes as referências a acontecimentos do mundo exterior: como, por exemplo, a homenagem ao Fado, na altura em que o mesmo se tornou património imaterial da humanidade (2 de dezembro, *Extra*).

Posto isto, de modo a sistematizarmos a relevância das narrativas apresentadas no presente capítulo, procedemos a uma análise quantitativa dos segmentos na semana de 29 de novembro a 5 de dezembro, interpretando, posteriormente, os significados dos dados recolhidos na construção das principais linhas narrativas da *Casa dos Segredos*.

2. Análise Quantitativa - A Casa dos Segredos em números

Devido a toda a montagem realizada, retratando 168 horas semanais em apenas 18 horas televisivas de emissões (10,7% do total), a análise quantitativa torna-se indispensável de modo a compreendermos quais as narrativas predominantes nas diversas emissões, quais os protagonistas dos segmentos, quais as narrativas associadas a cada concorrente e, conseqüentemente, qual a sua personagem-tipo na narrativa do programa.

Numa primeira instância, analisaremos a relevância das narrativas na emissão *Diários de Noite e Extra*, enveredando seguidamente por uma análise similar nas emissões *Gala de Domingo*, fazendo deste modo uma distinção entre emissões maioritariamente constituídas por blocos de imagem editados (*Diários e Extras*) e emissões maioritariamente construídas em direto (*Gala de Domingo*). Posteriormente, analisaremos a frequência de cada um dos concorrentes como protagonistas de segmentos e, por fim, dedicaremos ainda um subcapítulo sobre a montagem das diversas emissões, explicitando as funções tanto da produtora Endemol como da produção da TVI.

Leonor Poeiras, na primeira edição da *Casa dos Segredos*, afirma que o programa encontra-se construído através de «imagens já editadas» (3 de dezembro 2010, *Extra*), sendo essa mesma edição o alvo desta análise quantitativa, que permitirá definir padrões narrativos inseridos no género *reality game show*, apanágio da espectacularização do quotidiano.

2.1. Relevância das narrativas nas emissões *Diários e Extra*

Para melhor compreendermos qual o tipo de narrativa interna com maior importância para o programa, procedemos à análise quantitativa, realizando assim três contagens distintas. Primeiro, a contagem do número de vezes que determinado concorrente surge associado a determinada narrativa (pessoal, metanarrativa ou de jogo) em emissões dos *Diários* e dos *Extras* (onde incluímos a edição *Extra de fim de semana*).

De salientar que, dado que diversos segmentos retratam narrativas de dois a três concorrentes, o total de narrativas contabilizadas excede o número de segmentos totais.

Num total de 243 segmentos analisados, encontramos 455 narrativas e, como podemos verificar no Quadro III, notamos uma clara predominância da narrativa pessoal, representando 55,8% do total de narrativas. Este valor demonstra a tendência do programa para, em cada segmento, explorar várias narrativas pessoais. Os concorrentes Paulo, Fanny, Marco e Cátia são os mais associados a este tipo de narrativa. As narrativas de Paulo surgem 68 vezes ao longo da semana em análise, seguido pelas narrativas pessoais de Fanny (37) e, por fim, pelas narrativas Marco (35) e Cátia (35). Deste modo, podemos verificar que os concorrentes com maior diversidade de narrativas pessoais¹⁵ têm uma maior tendência a estar presentes em segmentos do tipo de narrativa pessoal.

¹⁵ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XXII – Narrativas pessoais de cada concorrente.

Em segundo lugar na construção das emissões *Diário* e *Extra* encontramos a narrativa de jogo, presente 128 vezes, representando 28,1% das narrativas em análise. No total das narrativas de jogo, deparamo-nos novamente com os mesmos concorrentes: Paulo associado 31 vezes a narrativas de jogo; Cátia (25) e Marco e Fanny, associados 21 e 10 vezes a este tipo de narrativa, respetivamente. A narrativa de jogo predominante é a narrativa das nomeações, representando 9,7% das narrativas analisadas, sendo o concorrente Paulo (17), o mais associado a esta narrativa das nomeações (três vezes mais que o outro nomeado, referido apenas em seis segmentos deste género). Por sua vez, representando 5,1% das narrativas deparamo-nos com a narrativa de jogo dos ex-concorrentes, protagonizada essencialmente pelo concorrente Marco dada a sua relação com a ex-concorrente Susana. Por sua vez, 4,8% do total de narrativas pertencem à narrativa de jogo das missões. De salientar que recorremos apenas a missões individuais dos concorrentes de modo a não inflacionar este tipo de narrativa por concorrente com as missões coletivas que analisaremos no subcapítulo seguinte. Assim sendo, deparamo-nos com a concorrente Cátia, 8 vezes associada a este tipo de narrativa. Segue-se a narrativa de jogo-expulsão como mais recorrente (21), sendo ambos os nomeados, Paulo (12) e João J. (7) os principais concorrentes a ela associados. Por fim, representando 4% das narrativas do programa, encontramos a narrativa dos segredos, representando a concorrente Cátia cerca de 30% deste tipo de narrativa de jogo.

Em terceiro lugar, verificamos um tipo de narrativa que denominamos como «narrativa da semana», visto as imagens transmitidas na semana em análise terem dado bastante enfoque, por um lado, à divisão de grupos dentro da Casa, e, por outro lado, a diversas discussões sem motivo aparente. Neste sentido, deparamo-nos com 68 narrativas deste tipo, essencialmente associada ao concorrente Paulo (13), a Fanny e Daniela S. ambas associadas 11 vezes a este tipo de narrativa.

Por fim, com uma percentagem residual de 1,1%, surge a metanarrativa, à semelhança do que ocorria na primeira edição da *Casa dos Segredos*, presente em citações como as do concorrente António, vencedor da primeira edição: «o que é que vão falar lá fora?»; «já viste a imagem que isto dá lá p'ra fora?» ou mesmo João M., vencedor da segunda edição: «tu não sabes como vai ser a tua vida depois de saíres daqui».

Relevância numérica entre tipo de narrativa e concorrente (<i>Diário e Extra</i>)												
Tipos de Narrativa		Cátia	Daniela P.	Daniela S.	Fanny	João J.	João M.	Marco	Miguel	Paulo	Total	% (455 narrativas)
Jogo	Missões	8	3	2	2	1	0	3	2	1	22	4,8%
	Nomeações	5	2	2	3	6	4	1	4	17	44	9,7%
	Ex-Concorrentes	6	0	1	0	0	0	15	0	1	23	5,1%
	Segredos	6	1	0	4	0	3	1	3	0	18	4,0%
	Expulsão	0	0	0	1	7	0	1	0	12	21	4,6%
Metanarrativa		1	0	1	0	0	1	0	2	0	5	1,1%
Pessoal		35	15	12	37	21	26	35	5	68	254	55,8%
Narrativa da Semana		6	10	11	11	2	6	8	1	13	68	14,9%
Total		67	31	29	58	37	40	64	17	112	455	100%
% (455 narrativas)		14,7%	6,8%	6,4%	12,7%	8,1%	8,8%	14,1%	3,7%	24,6%	100%	

Quadro III – Relevância entre o tipo de narrativa e o concorrente (*Diários e Extras*)

Concluimos assim, como podemos verificar no Quadro III, uma clara preferência pelo tipo de narrativa pessoal nos blocos de imagens dos *Diários* e *Extras*, sendo que num segmento encontra-se eventualmente mais do que uma narrativa pessoal. Registámos uma média de cerca de 2 narrativas por segmentos, sendo as narrativas pessoais e as narrativas de jogo as mais frequentes. Salientamos ainda que, das 455 narrativas registadas, 24,6% estão associadas ao concorrente Paulo, 14,7% a Cátia e 14,1% a Marco, seguidos de Fanny associada a 12,7% do total de narrativas. Com menor relevância narrativa encontramos os concorrentes Daniela P. com 6,8% ,

Daniela S. com 6,4% e, por fim, Miguel com 3,7%. Constatamos assim uma forte incidência narrativa, na semana em análise, em quatro dos nove concorrentes.

2.2. Relevâncias das narrativas na emissão *Gala de Domingo*

Desenvolvemos o mesmo procedimento para a emissão da *Gala de Domingo*, contabilizando os segmentos que surgem associados a determinada narrativa, quer no resumo da semana de cada concorrente quer nas conversas no confessionário.

À semelhança do que ocorre nas emissões *Diários* e *Extra*, na *Gala de Domingo*, a narrativa pessoal de cada concorrente continua a dominar e o tratamento dos diversos concorrentes é também desigual como podemos constatar no Quadro IV. Das 136 narrativas presentes nos 40 segmentos analisados, verificamos 72 referências à narrativa pessoal, ou seja, uma média de cerca de 2 narrativas pessoais por segmento. Cátia é a mais associada às narrativas pessoais, surgindo 15 vezes associada a este tipo de narrativa. Seguidamente, surgem Paulo (13), Marco (13), Fanny (10) e João J. (10).

Posteriormente, na construção deste tipo de emissão, encontra-se a narrativa de jogo, referida 52 vezes, representado 38,2% das narrativas em análise, o que significa que várias narrativas de jogo estiveram presente no mesmo segmento. No total das narrativas de jogo, Paulo e João J. destacam-se. A narrativa de jogo predominante é a narrativa da expulsão, representando 17,6% do total, sendo os concorrentes nomeados os mais associados. Por sua vez, a narrativa de jogo das nomeações representa 8,1% das referências, protagonizada novamente por Paulo, existindo claramente um tratamento desigual entre ambos os nomeados. Seguidamente, a narrativa de jogo ex-concorrentes (5,1% do total de narrativas) surge associada essencialmente ao concorrente Marco. Cátia e João J. são os concorrentes mais associados à narrativa de jogo das missões, e, por fim, deparamo-nos com a narrativa de jogo dos segredos, representando apenas cerca de 2,9% do total de narrativas analisadas, sendo a concorrente Cátia (três) a principal associada a este tipo de narrativa.

Por sua vez, a narrativa da semana representa 7,4% das narrativas analisadas, estando essencialmente associada ao concorrente Paulo, Daniela P. e Fanny em dois segmentos cada. Por fim, à semelhança dos *Diários* e *Extras*, deparamo-nos com as metanarrativas, exclusivamente associadas à concorrente Fanny, dada a sua preocupação com o mundo exterior e com a imagem que tem transmitido para a audiência.

Não podemos deixar de salientar a percentagem residual de narrativas relacionadas com a concorrente Daniela S., representando apenas 0,7% das narrativas da *Gala de Domingo*. Esta concorrente, tal como João M., foram os únicos a não comparecer à habitual conversa no confessionário com Teresa Guilherme. Contudo, existiram referências a ambos durante esta emissão. Por um lado, João M. encontra-se presente nas narrativas associadas à concorrente Fanny, dado o relacionamento de ambos. Por sua vez, Daniela S. apenas é referida na *Gala de Domingo* devido à sua discussão com a concorrente Fanny, possuindo apenas uma relevância residual na emissão analisada.

Deste modo concluímos que, também nas *Galas de Domingo*, existe uma clara preferência pelo tipo de narrativa pessoal e uma tendência para uma desigualdade de protagonistas. Nos 40 segmentos presentes na «emissão especial expulsão» (definição de TG para este tipo de emissão) existe uma média de 3,4 narrativas por segmento, sendo a presença das narrativas pessoais e das narrativas de jogo as mais frequentes, à semelhança das emissões *Diários* e *Extras*. Salientamos ainda que, das 136 narrativas presentes neste tipo de emissão, 23,5% estão associadas ao concorrente Paulo e apenas 19,9% associadas a João J., estando ambos nomeados. Seguidamente, deparamo-nos com Cátia, Marco e Fanny associados a 17,6%, 14,7% e 11,8% das narrativas, respetivamente.

Com menor relevância narrativa nos diversos segmentos, encontram-se os concorrentes Daniela P. com 5,9%, João M. e Miguel ambos com 2,9% e, por fim, Daniela S. presente em apenas 0,7% das narrativas. Constatamos assim uma forte tendência narrativa, na *Gala de Domingo* em análise, para os concorrentes nomeados e ainda, para os concorrentes Cátia, Marco e Fanny.

Em forma de conclusão não podemos deixar de salientar uma ausência da presença da narrativa de jogo dos segredos, mote para o próprio programa, sendo claramente privilegiada a narrativa pessoal de cada concorrente, apanágio da espectacularização do próprio género. Contudo, estamos perante uma semana com intrigas secundárias mais fortes, devido a uma divisão entre grupos na Casa e frequentes discussões entre os mesmos, que foram claramente privilegiadas pela produção ao longo da semana em análise.

Relevância numérica entre tipo de narrativa e concorrente (<i>Gala de Domingo</i>)												
Tipos de Narrativa		Cátia	Daniela P.	Daniela S.	Fanny	João J.	João M.	Marco	Miguel	Paulo	Total	% (136 narrativas)
Jogo	Missões	2	0	0	1	2	0	1	0	0	6	4,4%
	Nomeações	1	1	0	1	2	0	1	0	5	11	8,1%
	Ex-Concorrentes	2	1	0	0	0	0	4	0	0	7	5,1%
	Segredos	3	0	0	0	1	0	0	0	0	4	2,9%
	Expulsão	1	0	0	0	11	0	0	0	12	24	17,6%
Metanarrativa		0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	1,5%
Pessoal		15	4	0	10	10	3	13	4	13	72	52,9%
Narrativa da Semana		0	2	1	2	1	1	1	0	2	10	7,4%
Total		24	8	1	16	27	4	20	4	32	136	100%
% (136 narrativas)		17,6%	5,9%	0,7%	11,8%	19,9%	2,9%	14,7%	2,9%	23,5%	100%	

Quadro IV – Relevância entre o tipo de narrativa e o concorrente (*Gala de Domingo*)

2.3. Protagonismo dos segmentos

Ao longo de toda a visualização das emissões, decidimos recorrer à análise quantitativa de modo a possuir dados concretos sobre determinadas questões. Procedemos a uma contagem do número de vezes que determinado concorrente é protagonista de um determinado segmento (quer nas emissões da *Diário* e *Extra* como também nas emissões *Nomeações* e *Gala de Domingo*).

No Quadro V podemos analisar o protagonismo de cada concorrente. O protagonismo das emissões *Diários* e *Extra* é liderado por Paulo, protagonizando 74 segmentos, o que se justifica dado ser um dos nomeados e o concorrente expulso no domingo. Seguidamente, deparamo-nos com o concorrente Marco protagonizando 64 segmentos neste tipo de emissões. Relativamente à relevância dos restantes concorrentes, o seu protagonismo difere: existe um visível protagonismo das concorrentes Cátia e Fanny, protagonizando 56 e 52 segmentos, respetivamente, seguidas pelos concorrentes João M., Daniela S. e Daniela P., protagonistas em 33, 31 e 27 segmentos. Já a uma distância considerável, no fim da tabela e, podendo passar mais despercebidos à audiência, encontramos um dos nomeados, João J., com 26 segmentos, que se manteve durante toda a semana afastado das discussões e divisões de grupos dentro da Casa e, por fim, o concorrente Miguel, protagonista em 17 segmentos.

A mesma análise foi também realizada na emissão da *Gala de Domingo* e na emissão de *Nomeações* à terça-feira, procedendo à contagem do número de segmentos protagonizados pelos diversos concorrentes, incluindo também os resumos da semana de cada concorrente e a sua conversa com Teresa Guilherme no confessionário. Paulo protagoniza 19 segmentos, sendo novamente o concorrente com mais visibilidade. Também com 19 segmentos encontramos João J., cujo protagonismo nestas duas emissões aumenta claramente quando comparado com as emissões *Diários* e *Extra*. Por sua vez, em concordância com as emissões diárias, deparamo-nos com um domínio narrativo das mesmas personagens: Cátia, protagonista em 11 segmentos, Fanny em nove e Marco em sete segmentos. Segue-se João M. e Daniela P., ambos protagonizando 4 segmentos e, por fim, no final da tabela, encontramos Miguel e Daniela S. protagonizando apenas três e um segmento, respetivamente.

Protagonismo de cada concorrente				
Concorrente	Gala Nomeações	Diário e Extra	Total Protagonismo nos segmentos	
			Cátia	11
Daniela P.	4	27	31	6,8%
Daniela S.	1	31	32	7,0%
Fanny	9	52	61	13,3%
João J.	19	26	45	9,8%
João M.	4	33	37	8,1%
Marco	7	64	71	15,5%
Miguel	3	17	20	4,4%
Paulo	19	74	93	20,4%
Total	77	380	457	100%

Quadro V – Referência ao número de segmentos em que cada concorrente é protagonista (229 segmentos)

Deste modo, de um total de 229 segmentos com protagonistas, de salientar que 65 segmentos das emissões em análise não possuem protagonistas explícitos, dado se tratarem ou de segmentos de estúdio ou de missões coletivas, verificamos um total de 457 protagonismos, sendo que um segmento possui em média 2 protagonistas. O concorrente Paulo volta a dominar, representando 20,4% do total de protagonistas presentes nos segmentos. Seguidamente, com maior número de segmentos protagonizados encontram-se os concorrentes Marco, Cátia e Fanny, protagonizando 15,5%, 14,7% e 13,3% respetivamente. Com menor relevância, deparamo-nos com os restantes concorrentes: João J. alcança o protagonismo de 9,8%, seguido por João M. com 8,1%, Daniela S. e Daniela P. protagonistas em 7% e, por fim, Miguel protagonista apenas em 4,4% do total de protagonismos nos segmentos em análise.

Considerámos também pertinente analisar os adjetivos utilizados, quer pelos próprios apresentadores/comentadores do programa quer pelos demais concorrentes.

Apresentamos assim o número de comentários apreciativos e a sua respetiva repercussão para a imagem do concorrente em questão (positiva, negativa ou neutra)¹⁶.

Apreciação de cada concorrente				
Concorrente	Comentários Positivos	Comentários Negativos	Comentários Neutros	Total
Cátia	10	0	0	10
Daniela P.	2	0	0	2
Daniela S.	2	2	0	4
Fanny	0	6	1	7
João J.	11	0	0	11
João M.	5	0	0	5
Marco	4	2	0	6
Miguel	2	0	0	2
Paulo	3	8	0	11

Quadro VI – Apreciação de cada concorrente

Como líderes de comentários encontramos ambos os nomeados, Paulo e João J., com 11 apreciações. As apreciações de João J. são claramente positivas, entre as quais «Pacato, simples, humilde»; «Transmite bons princípios. Um homem com letra grande. Tem paz de espírito. Ele é como é» (Mãe do concorrente); ou «o nosso Jota sorridente»; «o seu filho é um doce» (TG), salientando uma das suas narrativas pessoais – a sua personalidade pacata e apaziguadora. A situação do nomeado Paulo é distinta. Embora possua três apreciações positivas, das quais destacamos, «cozinha, é politicamente correto» (Ex-concorrente do *Big Brother*), «sossegado, limpo, asseado, cuida de tudo e de todos (TG), possui 8 apreciações negativas, o que significa que, embora seja o concorrente com maior relevância nos diversos segmentos, como vimos anteriormente, a sua apreciação por parte dos demais concorrentes, apresentadores e comentadores não lhe é favorável, sendo que, as apreciações positivas do concorrente ocorrem para seguidamente serem contrapostas pela sua mudança de personalidade e mau perder, como por exemplo, «ele é tranquilo, apaziguador, o que aconteceu?» (Iva Domingues) ou «esta nomeação mostra-nos

¹⁶ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XXIII – Apreciação de cada concorrente.

um Paulo completamente diferente, o que me parece que o vai prejudicar» (Marta Cardoso).

À semelhança do que ocorria com o vencedor da primeira edição, cuja apreciação era claramente positiva, «Maravilhoso», «Infante de Portugal», «Nobre de espírito», «o Nosso Conde de Baião», deparamo-nos com a concorrente Cátia, com 10 apreciações positivas, entre as quais, «um amor, muito simpática», «coitadinha da miúda», «a nossa Catiazinha» (TG), e com o concorrente João M., que embora tenha apenas cinco apreciações, todas são positivas: «Grande homem» (Fanny); «Impávido e sereno» (Leonor Poeiras) e «Palavras sábias de João M.» (Iva Domingues). Ambos estes concorrentes alcançaram o seu lugar no pódio, em 2º e 1º lugar, respetivamente.

Seguidamente encontram-se Fanny e Marco com sete e seis apreciações, respetivamente. Marco possui quatro apreciações positivas, entre as quais «o novo Marco aceita [críticas], nem que seja estratégia de jogo, o que não ajuda Paulo» (Nuno Eiró) e «não estou a dizer que a culpa é de ninguém, sou muito homem para assumir os meus erros» (Marco), face a duas apreciações negativas entre as quais «Depois faz-se de vítima» (Miguel), sendo as apreciações negativas refutadas através de outras positivas: Marco afirma ser homem para tomar responsabilidade pelos seus erros, não se fazendo de vítima. Por sua vez, a concorrente Fanny é a única concorrente sem apreciação positiva, caracterizando a sua personalidade intransigente e a sua relação de possessividade com João M.: «parecia uma birra, parecia que tinha 10 anos, não parece nada arrependida» (TG). Por fim, temos Daniela S. com 2 apreciações positivas relacionadas com a sua relação com a filha e ainda com a sua forma de ver o programa: «é útil, é frontal, envolve-se imenso. Vive muito a história dos outros» (TG); seguida por Daniela P. e Miguel, ambos com duas apreciações positivas relacionadas com as suas narrativas pessoais.

Observamos desta forma que, apesar de Paulo e Fanny dominarem diversos tipos de narrativa e protagonizarem diversos segmentos, são conotados negativamente na semana em análise, tendo Paulo sido expulso nesta semana e, posteriormente, duas semanas depois, o mesmo aconteceria à concorrente Fanny. Por outro lado, denotamos uma apreciação positiva dos finalistas do programa: João M., Cátia, João J. A exceção é Daniela S. e Marco que, embora conotados negativamente, a sua apreciação positiva acaba por prevalecer até ao final da edição em análise.

2.4. Montagem das imagens na *Casa dos Segredos*

A montagem dos conteúdos televisivos é relevante na análise aqui apresentada visto tratar-se de um texto televisivo, cujo tempo de transmissão na televisão generalista não equivale ao tempo total da gravação das imagens. Estamos assim perante «dois tempos descontínuos, o tempo bruto da filmagem e o tempo construído pela montagem» (Santaella e Noth, 2008: 80).

Os concorrentes da *Casa dos Segredos* são filmados por diversas câmaras presentes em estúdio. A produção do programa em sete dias úteis regista, em apenas uma câmara, 168 horas de filmagem. Ora, as emissões transmitidas na televisão generalista sofrem uma edição destas horas de filmagem. É da responsabilidade da produção decidir o que será transmitido: «a escolha da cena e da sua duração no ar, diante de um leque de possibilidades (...) recortando a continuidade do presente» (Santaella e Noth, 2008: 80). A montagem permitirá agregar estes cortes de edição de modo a que os mesmos façam sentido para a audiência.

Deste modo, dada a importância da montagem dos blocos de imagens para a construção narrativa do programa, procurámos compreender de que forma a produção executou estes processos, clarificando quais as funções da produtora Endemol, responsável pelo formato, e as funções do canal televisivo no qual o programa é transmitido, a TVI.

Para tal, procedemos a uma entrevista com um membro de cada uma das produções (Endemol e TVI), que preferiram manter-se no anonimato, em maio de 2012. Compreendemos que, das 24 horas diariamente gravadas pelas dezenas de câmaras presentes no cenário, apenas algumas das imagens são selecionadas pela Endemol. A escolha de determinados blocos de imagens em detrimento de outros é justificada em entrevista como «um processo idêntico à seleção de notícias, seguindo os diversos critérios noticiosos: um acontecimento inesperado, acontecimentos de interesse para a audiência, etc.». Esta primeira seleção de imagens, realizada pela produtora Endemol, a que chamam *feeds* é, posteriormente, enviada para a produção do programa na TVI. Esta última fará uma nova seleção e organizará esses mesmos segmentos em blocos de imagens de modo a serem transmitidos para a audiência nas emissões dos *Diários da Noite* e no *Extra*. Assim sendo, estamos perante uma dupla seleção de imagens, primeiro levada a cabo pela produtora Endemol e, posteriormente, pela produção da TVI.

Dada esta construção permanente do programa, considerámos pertinente analisar quantitativamente os cortes de edição presentes nas diversas emissões em análise. Registámos um total de 8.054 cortes de edição, não incluindo os separadores utilizados pela produção, representando em média 620 cortes por emissão.

Dos 294 segmentos analisados¹⁷, como podemos verificar no Quadro VII, registámos 3.107 planos individuais dos concorrentes, uma média de 239 planos por emissão. De salientar que, caso estes planos fossem distribuídos equitativamente pelos nove concorrentes presentes no programa na semana analisada, teríamos em média cerca de 27 planos por concorrente em cada emissão. Seguidamente, notamos uma forte recorrência a planos gerais, uma média de 156 planos gerais por emissão, representando 2.033 planos gerais no total das 13 emissões. Registámos ainda 1.398 planos partilhados, uma média de 108 planos partilhados por emissão. No que diz respeito à *Gala de Domingo* e à emissão das *Nomeações*, quando o ecrã televisivo se divide na imagem da Casa e de TG em estúdio, encontramos 180 planos, predominantes na emissão *Gala de Domingo*. Por fim, registámos ainda 1.336 planos diversos, entre os quais planos de estúdio das emissões *Diário* e *Extra*, planos de convidados, ex-concorrentes, reportagens, etc.

Tipos de Plano	Emissões	Qnt. de planos nas emissões	Média de planos por emissão
Planos Individuais	13	3.107	239
Planos Partilhados	13	1.398	108
Planos Gerais	13	2.033	156
Planos Diversos	13	1.336	103
Planos partilhados com TG	2	180	90

Quadro VII – Relevância dos diversos planos presentes nas emissões do programa

Nos 8.054 cortes de edição dos 294 segmentos verificámos claramente uma presença de grandes planos, planos próximos, planos médios e planos americanos (cf. Marnier, 2006), contabilizando 2.033 planos gerais, por um lado, quando a narrativa envolve todos os concorrentes e, por outro lado, como plano de referência para o espectador saber situar-se no cenário.

¹⁷ 243 segmentos de emissões *Diárias* e *Extras*; 11 segmentos *Nomeações* e 40 segmentos *Gala de Domingo*.

Numa análise pormenorizada às emissões *Gala de Domingo* e *Nomeações*, relativamente ao número de planos individuais (Quadro VIII), encontramos com maior número de planos a concorrente Cátia (88) que claramente se distancia dos restantes. Em segundo e terceiro lugar, surge Fanny, presente em 69 planos e, João J., presente em 64. Com alguma proximidade destes, encontramos o concorrente Paulo (55), Daniela P. (46) e Marco (44). Com menor relevância encontram-se os restantes: Daniela S. presente em 27 planos, João M. em 12 e, por fim, Miguel apenas com 10 planos individuais.

Concorrente	Presença dos concorrentes em Planos Individuais (3.107 planos individuais)			
	<i>Gala/ Nomeações</i>	<i>Diários e Extras</i>	Total	%
Cátia	88	382	470	15,1%
Daniela P.	46	259	305	9,8%
Daniela S.	27	250	277	8,9%
Fanny	69	298	367	11,8%
João J.	64	236	300	9,7%
João M.	12	285	297	9,6%
Marco	44	308	352	11,3%
Miguel	10	213	223	7,2%
Paulo	55	461	516	16,6%
Total	415	2.629	3.107	100%

Quadro VIII – Relevância de cada concorrente na semana em análise (Planos individuais)

Analisando os planos partilhados¹⁸ nestas mesmas emissões (Quadro IX) encontramos Fanny (23) como a concorrente presente em mais planos, seguida de perto por Cátia (20), dadas suas narrativas partilhadas com outros concorrentes. Empatados em terceiro lugar, com 17 planos partilhados encontramos Paulo e Marco. Os restantes concorrentes marcam presença em menor número de planos: empatados com 14 planos

¹⁸ Note-se que em cada plano partilhado encontramos a presença de mais do que um concorrente, sendo ainda recorrente a existência de planos partilhados por grupos de mais de quatro pessoas. Embora estes últimos planos se encontrem contemplados no total de planos partilhados presentes no programa (1.398 planos), no Quadro IX contabilizámos apenas a presença dos diversos concorrentes em planos partilhados até três pessoas.

partilhados estiveram Miguel e João M. dada a sua amizade, seguidos de João J. presente em 13 planos partilhados. Por fim, encontramos ambas as Danielas empatadas com nove planos partilhados.

Concorrente	Presença dos concorrentes em Planos Partilhados (1.398 planos partilhados)			
	<i>Gala/ Nomeações</i>	<i>Diários e Extras</i>	Total presença dos concorrentes em planos partilhados	%
Cátia	20	226	246	12,5%
Daniela P.	9	183	192	9,7%
Daniela S.	9	132	141	7,2%
Fanny	23	335	358	18,2%
João J.	13	165	178	9,0%
João M.	14	228	242	12,3%
Marco	17	204	221	11,2%
Miguel	14	175	189	9,6%
Paulo	17	186	203	10,3%
Total	136	1.834	1.970	100%

Quadro IX – Relevância de cada concorrente na semana em análise (Planos partilhados)

Relativamente às emissões *Diário e Extra*, Paulo assume a liderança dos planos individuais (Quadro VIII) estando presente em 461 planos. Presentes em mais de 300 planos surgem novamente Cátia (382), sendo claramente a concorrente com uma posição mais destacada ao longo de todas as emissões, e Marco com 308 planos individuais. Registou-se, de seguida, a presença de Fanny e João M. em 298 e 236 planos individuais respetivamente. Os restantes distanciam-se um pouco mais: Daniela P. presente em 259 planos, Daniela S. com 250 planos, João J., embora seja um dos nomeados, encontra-se presente em apenas 236 planos individuais e, por fim, Miguel, claramente o concorrente com menor visibilidade ao longo das emissões com 213 planos individuais.

Analisando os planos partilhados neste tipo de emissões (Quadro IX), Fanny distingue-se dos restantes concorrentes com 335 planos partilhados, estando desta forma presente em mais planos partilhados do que em planos individuais. Com mais de 200 planos partilhados regista-se os concorrentes Cátia (226), João M. (228) e Marco (204).

Posteriormente, deparamo-nos com o Paulo presente em 186 planos, seguido Daniela P. com 183 e Miguel com 175 planos partilhados. No fim da tabela encontramos um dos nomeados, João J. (165), e Daniela S. com presente apenas em 132 planos.

Verificamos um aumento do número de planos partilhados em relação aos planos individuais, uma tendência para concorrentes como por exemplo Fanny, presente em 11,8% dos planos individuais e 18,2% do total de concorrentes presentes em planos partilhados. Notamos que o nomeado Paulo, líder nos planos individuais, não aumenta a sua representatividade nos planos partilhados sendo as suas narrativas centradas sob si.

Do total de 3.107 planos individuais e da presença total dos concorrentes em 1.398 planos partilhados analisados podemos calcular a presença total dos concorrentes nas emissões do programa. De um total de 5.077 presenças dos concorrentes perante as câmaras (Quadro X), Fanny, Paulo e Cátia surgem em primeiro lugar, protagonizando 14,3%, 14,2% e 14,1% da semana em análise. Marco (573) e João M. (539), devido à sua proximidade com Cátia e Fanny, respetivamente, registam 11,3% e 10,6%. Os restantes concorrentes possuem uma menor relevância nestes códigos cinemáticos: Daniela P. (497) está presente em 9,8% da semana em análise. Com menos quatro décimas verifica-se a percentagem de João J. (478). No final da tabela, encontramos Daniela S. (418) e Miguel (412), ambos presentes em apenas 8,2% e 8,1% das imagens da semana em análise.

Concorrente	Total de planos	%
Cátia	716	14,1%
Daniela P.	497	9,8%
Daniela S.	418	8,2%
Fanny	725	14,3%
João J.	478	9,4%
João M.	539	10,6%
Marco	573	11,3%
Miguel	412	8,1%
Paulo	719	14,2%
Total	5.077	100%

Quadro X – Presença de cada concorrente perante as câmaras na semana em análise (Total)

3. Ficcionalização da Realidade

Neste capítulo propomos uma reflexão interpretativa sob os resultados da análise textual e de conteúdo, tendo sempre em consideração a teoria desenvolvida no enquadramento teórico.

O género *reality game-show*, caracterizado, pelos mundos realidade, ficção e jogo definidos por François Jost (2005), permite-nos compreender de que forma esta barreira entre realidade e ficção está presente na *Casa dos Segredos*.

Por um lado, a realidade presente no programa em análise, à semelhança de qualquer outro conteúdo noticioso, é uma realidade que se encontra estrangida por diversos elementos: por códigos de encenação, por códigos técnicos e cinemáticos característicos do *medium* e, no caso da *Casa dos Segredos*, por um conjunto de regras e estrangimentos sociais com os quais os concorrentes se deparam. Por outro lado, verificamos, no texto televisivo, elementos ficcionais relacionados com o mundo do jogo. Claramente nota-se uma estrutura narrativa das emissões transmitidas à semelhança de programas de ficção, tal como uma constante intervenção da produção personificada na «Voz», sendo o próprio cenário, onde os concorrentes estarão confinados durante as treze semanas, um panóptico em forma de arena sob constante vigilância. A casa-estúdio, como definida no enquadramento teórico, consiste num palco, no qual os próprios concorrentes estão expostos perante o espectador, integrando o mundo do jogo, também característico do formato.

O programa *A Casa dos Segredos* existe nestes três mundos, possuindo características do mundo real, representando uma realidade reconhecida e identificável como a nossa e, do mundo ficcional, visto ser um programa com regras próprias sob uma constante intervenção da produção, existindo um guião oculto. Encontramos também características do mundo do jogo, dada a sua vertente lúdica: a descoberta de segredos e a consagração de um único vencedor. Estamos assim perante uma ficcionalização da realidade através de uma contínua relação entre estes três mundos. O mundo real representado é estrangido por códigos televisivos e exposto a elementos característicos da ficção: cenários, intervenções da produção nos acontecimentos e na vivência dos concorrentes na casa, sendo acrescentada ainda à narrativa do programa o mundo do jogo: os segredos, as missões, etc., pondo em causa a autenticidade e performance dos concorrentes. Relativamente a estes últimos conceitos, presentes no enquadramento

teórico, verificamos uma necessidade de os concorrentes afirmarem «serem eles mesmos», «serem verdadeiros», citações relacionadas com os concorrentes João J. e Cátia na semana em análise. Esta clara procura pela autenticidade nunca será fidedigna pois, tal como explicitado por Goffman (1971 *apud* Kavka, 2012), o indivíduo adequa a sua personalidade consoante a situação na qual se encontra, sendo a mesma condicionada socialmente. O mesmo ocorre no texto televisivo em análise, o *true self* dos concorrentes é condicionado pelo contexto e regras no qual os mesmos se encontram inseridos. A semana analisada é caracterizada por diversas discussões, sendo que existe uma preocupação por parte dos concorrentes para não se agredirem fisicamente visto estarem num programa televisivo. Na emissão de *Diário da Noite* de dia 2 de dezembro Daniela S. afirma «passou-me mesmo pela cabeça, sou expulsa mas mando-lhe uma estaladão (...) mas isso não é a atitude certa» ou «eu só ainda não te dei na cara porque estou num programa de televisão» (Daniela P.). Esta permanente consciência do socialmente aceite e das regras sob as quais os concorrentes se encontram condicionados no próprio programa leva a um determinado nível de performance por parte dos mesmos. Essa performance é também incentivada pelo formato do programa: os segredos têm de ser escondidos, as missões propostas bem-sucedidas, podendo existir toda uma estratégia de jogo que leva os concorrentes a agirem de determinada forma para continuarem no concurso, tal como sugere Nuno Eiró no seu comentário sobre Marco na emissão *Extra* do dia 2 de dezembro: «o novo Marco aceita [críticas], nem que seja estratégia de jogo».

Deste modo, esta ficcionalização da realidade, através dos elementos acima referidos como os constrangimentos do *medium*, a necessidade de uma linha condutora da narrativa, o incentivo à performance dos concorrentes, etc., permitem que o texto televisivo, fortemente inserido no mundo do jogo, seja construído através de uma espectacularização de um quotidiano ilusório, visto o dia a dia dos concorrentes naquele estúdio não possuir as características de um quotidiano real, por se encontrar circunscrito àquele espaço, àquelas pessoas, não existindo contacto com o exterior. Os concorrentes vivem numa utopia de lazer, sendo as suas atividades propostas pela produção de modo a gerar intriga e enredo para o programa, como por exemplo o caso do jogo «pessoas que mais o desiludiram na Casa» (1 de dezembro, *Extra*) que permitiu ao concorrente Paulo expor abertamente o seu descontentamento para com Marco e Cátia, gerando assim conflitos entre estes mesmos concorrentes.

Dividimos assim o presente capítulo em quatro eixos que considerámos fundamentais de modo a sistematizar as respostas às questões de investigação propostas. Em primeira instância, analisaremos o concorrente, a sua caracterização como personagem e qual o papel que o mesmo desempenha no jogo. Seguidamente, caracterizaremos o narrador e a narração, explicitando os elementos aos quais a produção televisiva recorre de modo a construir o enredo do programa. Por fim, analisaremos a (im)parcialidade do programa e como as imagens dos diversos concorrentes são editadas e transmitidas à audiência.

3.1. Caracterização das personagens – O papel dos concorrentes

Ao longo de toda a análise textual e de conteúdos verificámos uma recorrente dominância das narrativas pessoais dos concorrentes, sendo através das mesmas que a caracterização dos personagens se vai construindo ao longo das emissões¹⁹.

Quanto maior for a frequência das imagens transmitidas de determinado concorrente associada a um determinado tipo de comportamento, mais forte será essa sua narrativa. No exemplo da semana em análise, registámos o caso de Paulo, concorrente continuamente associado à narrativa de jogo das nomeações e da expulsão, visto ser um dos nomeados da semana e também, fortemente associado à narrativa pessoal em todos os tipos de emissão. Essa narrativa pessoal constrói-se ao longo da semana dado que as imagens transmitidas pela televisão generalista mostram recorrentemente Paulo revoltado com a nomeação dos colegas, em particular com a concorrente Cátia, atacando também insistentemente Marco por o mesmo não ter sofrido nenhuma nomeação. As imagens deste tipo de comportamento são recorrentes, sendo analisadas pelos apresentadores, comentadores e pela própria mãe do concorrente como uma mudança da sua personalidade: «Ele é tranquilo, apaziguador, o que aconteceu?» (Iva Domingues, emissão *Extra* de dia 1 de dezembro) ou «Grande jogador, tão mau perder?» (TG, emissão *Gala de Domingo* de dia 4 de dezembro). Paulo, na semana em análise, muda assim o seu papel na narrativa. Enquanto ao longo das emissões anteriores era um homem apaziguador, respeitador, um «homem caseiro» que cozinhava, na semana em análise, assume o papel do concorrente «revoltado» que não aceita as regras do jogo.

¹⁹ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XX – Caracterização dos concorrentes.

Por sua vez, a concorrente Cátia domina um dos três primeiros lugares em quase todas as narrativas (pessoais e de jogo). Embora atacada por Paulo em diversas imagens transmitidas durante a semana, Cátia não regista uma relevância significativa na narrativa semanal na qual as discussões e a divisão da Casa em grupos dominaram, encontrando-se assim à margem dos conflitos preconizados pelos demais concorrentes. Caracterizando-se a si própria na emissão de 1 de dezembro como «sempre divertida, sempre bem-disposta, sempre eu», ao longo das treze semanas nas quais esteve no programa, a concorrente viu-se recorrentemente associada a imagens que demonstravam a sua personalidade divertida ou expunham a sua falta de cultura geral, construindo uma imagem de uma jovem «tonta e destrambelhada», como ela mesma refere recorrentemente ao longo das emissões. Assim sendo, concluímos também que quanto maior for a frequência de imagens mostrando determinados comportamentos dos concorrentes, maior será a associação destes a esses comportamentos, ou seja, Cátia a partir da terceira semana assumiu o papel de inculta, não sabendo onde se situava África. Ora, após a gafe da concorrente denotamos uma argumentável tendência da produção em propor atividades relacionadas com cultura geral, expondo assim recorrentemente este comportamento por parte da concorrente. Cátia assume o papel da concorrente divertida, que se ri de si própria, aceitando os seus erros e as suas limitações, claramente defendida por TG como verificamos na emissão da *Gala de Domingo* de dia 4 de dezembro, aquando a conversa com o concorrente Paulo no confessionário, que insistia em afirmar que Cátia «lhe tinha dado uma facada nas costas»:

«Se tem as facas nas costas já me informaram (...) Pode mostrar. Não é bom para si, mas se quer mostrar (...) a Cátia na semana anterior teve 5 nomeações, deveria ter um faqueiro às costas então! (...) «Querida mesmo que a Cátia nomeasse o Marco? (...) Portanto a estratégia é só para vocês e não para a Cátia? (...) Pode defender-se, claro, mas agora as facas, francamente, coitadinha da miúda (...) Acha que a Cátia se lembra do que disse há 2 semana atrás?» (TG, *Gala de Domingo*)

Fanny e Marco são também dois concorrentes entre os quatro primeiros lugares nos diversos tipos de narrativa, ambos com narrativas pessoais partilhadas com outros concorrentes, João M. e Cátia, respetivamente e, com relações no exterior. Por um lado, Marco é o concorrente que lidera a narrativa de jogo ex-concorrentes dada a sua relação com a ex-concorrente Susana, sua ex-namorada que entrara na casa sem o seu conhecimento. Ao longo das semanas que o concorrente permaneceu no programa o seu comportamento também sofreu algumas mudanças. Embora na gala de estreia já delineasse claramente o seu papel no jogo: «homem grande e forte que chora», Marco nas primeiras

semanas era um concorrente bastante agressivo sendo que ainda na semana em análise podemos ouvir comentários como os do concorrente Paulo: «resolve as coisas na base da agressão» (29 de dezembro, *Extra*). Contudo, verificamos claramente um «novo Marco», em palavras de Nuno Eiró, na emissão *Extra* de 2 de dezembro, muito mais pacífico, sendo explorada, na semana analisada maioritariamente, por um lado, o seu relacionamento com a concorrente Cátia (sendo a primeira semana em que a ex-concorrente Susana não se encontrava na casa) e, por outro lado, a sua passividade perante as acusações de Paulo.

Por sua vez, a concorrente Fanny também possui uma relação no exterior, referida no seu vídeo de apresentação, onde já afirmava que o facto de ter namorado não invalidava que «passeasse na floresta». Frequentemente associada a João M., Fanny encontra-se no centro da narrativa da semana, sendo uma das concorrentes mais envolvidas nas discussões e nos castigos dados pela produção: «a concorrente desobedeceu novamente à Voz mais tarde e esta para mostrar que não brinca, castigou Fanny novamente tirando o dinheiro a João M.» (Iva Domingues na emissão *Extra*, 2 de dezembro). A sua personalidade intransigente é frequentemente retratada tanto na sua narrativa pessoal com João M. como na narrativa da semana, sendo a sua personagem caracterizada pela sua personalidade mimada tal como Daniela S. a descreve: «uma fedelha mal-educada que faz o que quer, o que lhe apetece (...) e é burra ao ponto de dizer que não quer mudar porque assim é que sou uma grande mulher» (*Diário da Noite*, 2 de dezembro).

Os restantes concorrentes têm uma menor relevância narrativa na semana em análise, sempre associados às várias narrativas em menor quantidade do que os concorrentes acima referidos, à exceção de João J. que marca forte presença na narrativa de jogo, expulsão e nomeações, visto também ser um concorrente nomeado.

Todos estes concorrentes fortalecem ao longo das emissões a narrativa presente nos seus vídeos de apresentação: Daniela S. é considerada a psicóloga que irá manipular o jogo com a sua frontalidade. Mas é também a mãe, a mais velha, a concorrente mais madura. Por sua vez, Daniela P. é também apresentada como cantora, possuindo grande destaque na missão coletiva «Coreografia de Natal» (5 de dezembro, *Extra*) e aquando a ligação em direto à casa na qual a concorrente interpreta na íntegra a canção «Solta-se o Beijo» da Ala dos Namorados. Embora seja um dos nomeados, João J. não possui grande destaque comparado com Paulo, o outro nomeado. A sua personagem é bastante linear sendo o rapaz do campo, bom coração e humilde, conotado como o menino da terrinha dada a sua

naturalidade, considerado pelos restantes como o possível vencedor, o que em última instância não se verificaria. O vencedor do programa foi João M., cuja personagem se mantém fidedigna ao seu vídeo de apresentação, fortalecido ao longo das emissões pelo seu relacionamento com a concorrente Fanny: jovem respeitador com bom coração. Por fim, o concorrente Miguel, presente em imagens maioritariamente em grupo, os segmentos por si protagonizados definem a sua personagem: a missão não se poder olhar ao espelho demonstra a sua personalidade narcisística (3 de dezembro), e ainda, a missão sobre contraceptivos (*Extra*, 2 de dezembro) ou o consultório sentimental (*Gala de Domingo*) perpetuam a sua imagem de psicólogo e mestre da sedução.

Deste modo, são criadas as imagens dos concorrentes. Podemos afirmar que estamos perante uma ficcionalização da realidade. O programa possui um guião que, não estando rigidamente definido, propõe linhas narrativas de modo a explorar conflitos e emoções dos concorrentes, cuja própria personalidade já fora escolhida com o objetivo de explorar determinados traços em detrimento de outros. O papel desempenhado por cada um dos concorrentes embora possa parecer natural e verdadeiro, é construído nos processos narrativos: na sua escolha, no seu vídeo de apresentação, na escolha do seu segredo (individual ou conjunto), nas atividades e missões propostas pela Voz, na escolha das imagens e narrativas associadas aos mesmos. Existe assim uma construção narrativa que visa a tipificação de personagens. Determinado conjunto de imagens e a sua frequência ao longo das emissões permite tipificar Cátia como a concorrente divertida e Fanny como «a mimada» do programa. Coloca-se aqui a questão da autenticidade, serão os concorrentes «eles mesmos»? Embora todos o afirmem diversas vezes ao longo das emissões, na primeira edição o concorrente Vítor, em entrevista na emissão *Extra* de dia 30 de novembro, afirmava «cá fora é que é o mundo real», sendo o mesmo afirmado pelo pai da concorrente Fanny nesta edição «ela cá fora não é assim» (*Gala de Domingo*, 4 de dezembro). A caracterização dos concorrentes, resumida nos seus melhores momentos (vídeo transmitido aquando a sua expulsão), encontra-se assim dependente das imagens transmitidas e da forma como são mostradas, sempre em prol do espetáculo.

3.2. Caracterização do narrador – O papel de Teresa Guilherme

Enquanto na primeira edição do programa em análise as *Galas de Domingo* e a emissão das *Nomeações* eram conduzidas por Júlia Pinheiro, esta segunda edição da *Casa*

dos Segredos é marcada pelo regresso de Teresa Guilherme à apresentação *dos reality game shows*.

Nas emissões por si conduzidas, Teresa Guilherme envolve-se nas narrativas. Tanto na *Gala de Domingo* como na emissão das *Nomeações*, antes de conversar com determinado concorrente no confessionário, resume as narrativas nas quais esse mesmo concorrente se encontra presente, recorrendo regularmente a recursos estilísticos como a ironia, a metáfora e os jogos de palavras: «Daniela P. janota, numa missão foi certa, fez crer ao virgem J. que queria ser a primeira». Como nos foi transmitido em entrevista a um membro da produção da TVI, TG escreve os seus próprios textos e decide a organização das emissões que conduz, estando constantemente atenta a todos os acontecimentos que ocorrem dentro da casa.

Verificámos que, dada a sua anterior importância no programa pioneiro do género em Portugal, o *Big Brother*, houve uma necessidade de esclarecer a relação de TG com a personagem Voz, personificação da produção do programa, visto que na edição anterior, Júlia Pinheiro, tal como todos os concorrentes obedeciam à Voz pois esta «era soberana». Ora, nos vídeos promocionais da segunda edição da *Casa dos Segredos* ocorre o «encontro» entre a Voz e Teresa Guilherme, criando-se um «falso conflito».

Voz: «Está aí alguém?»

TG: «Pare lá com isso. Já toda a gente percebeu que sou eu, e você quem é afinal?»

Voz: «Esta é a Voz, sou o dono da *Casa dos Segredos*»

TG: «Pois, pois, e eu sou a dona, Teresa!» (...)

Voz: «Todos devem parar de falar quando a Voz se fizer ouvir»

TG: «Oh Voz cale-se lá um bocadinho!» (...)

Voz: «A Voz tem (...) a Voz pode (...)»

TG: «Mas é que nem quero ouvir» (...)

Através deste vídeo promocional fica claro o papel de TG na construção do programa, sendo que, apesar da existência da personagem «Voz», nada mudaria a dinâmica de TG com os concorrentes, sendo a sua personalidade de casamenteira também caracterizada nestes vídeos promocionais: «a Voz devia arranjar uma namorada». O poder da apresentadora é novamente reforçado noutro vídeo promocional:

TG: «O quarto: tinta cor-de-rosa.»

Voz: «Não Teresa, a Voz quer quartos em azul.»

TG: «Pois pois, mas isso agora não interessa nada» (...)

Voz: «Teresa, sabe que eu sou o dono da casa não sabe?»

TG: «Sei Voz, sei. Mas isso agora não interessa nada.»

Deste modo, Teresa Guilherme assume, por um lado, um papel de narradora, contando as histórias dos concorrentes à audiência antes da conversa no confessionário, procurando por vezes influenciar o próprio enredo como por exemplo, em conversa com Marco, TG comenta a relação do concorrente com Susana, cuja «saída foi igual à estadia, você atrás e ela a dar-lhe com os pés» incentivando a sua aproximação de Cátia «Nós gostamos de ver a Cátia insistir, não gostamos? Não ajudamos mas não é preciso ajudar, não é?». Esta última afirmação não é necessariamente verídica pois, como veremos no subcapítulo seguinte, a produção intervém na narrativa com o objetivo de proporcionar intrigas que não ocorreriam de outra forma, como por exemplo o beijo entre Cátia e Marco resultado do jogo do bate o pé, proposto pela Voz (1 de dezembro, *Diário da Noite*).

Teresa Guilherme não possui assim um mero papel de apresentadora. O seu poder na estruturação do programa, para além de figurado nos vídeos promocionais, é explícito em expressões como: «vamos começar por onde *eu quiser*» em conversa com Fanny no confessionário na *Gala de Domingo* ou repreendendo a ex-concorrente Susana: «então faça o favor de sair. Ou falamos ou então não está aí a fazer nada» (18 de dezembro, *Gala de Domingo*). Por outro lado, Teresa Guilherme representa também a figura materna, procurando acalmar as ansiedades dos concorrentes, como no caso de Daniela P.: «Tomámos esta decisão [mostra-lhe um vídeo do pai] para a acalmar um pouco e voltar a ter na casa a sorridente Daniela P. que sempre gostámos de ver» (*Gala de Domingo*).

Oportunamente, salientamos o recente vídeo de promoção da terceira edição da *Casa dos Segredos* no qual a confirmação de Teresa Guilherme como apresentadora do programa é elevada a conteúdo noticioso. Deparamo-nos com um jornalista da TVI a anunciar a notícia de última hora, encaminhando a audiência para uma conferência de imprensa em direto, à semelhança dos jogos de futebol, onde TG convoca «os portugueses» a inscreverem-se.

3.3. Caracterização da narração da história – intervenções da «Voz»

A personagem denominada por Voz é um elemento criado pelo formato que permite à produção influenciar diretamente os acontecimentos do programa e as respetivas narrativas.

Presente ao longo de todas as emissões, esta personagem é um dos elementos ficcionais presentes no programa. A Voz trata-se de uma personagem que não se «vê» simplesmente se ouve; uma personagem à qual os concorrentes têm obrigatoriamente de obedecer, podendo ser castigados caso não o façam, perdendo dinheiro (Fanny), não podendo nomear (Fanny) ou sendo automaticamente nomeados (Hugo M. na primeira edição da *Casa dos Segredos*).

Na semana analisada, dos 243 segmentos das emissões *Diário* e *Extra*, a Voz está presente em 95 segmentos, ou seja, os acontecimentos de 39% dos segmentos deste tipo de emissão possuem uma intervenção da produção²⁰.

Os exemplos mais recorrentes são as missões coletivas que permitem aos concorrentes estarem em permanente atividade, evitando os chamados «tempos mortos em televisão» como o caso da missão imitar TG (3 de dezembro) ou fazer uma sessão fotográfica de Natal (29 de novembro). Por outro lado, deparamo-nos com missões coletivas que têm como objetivo obrigar os concorrentes a falarem sobre determinados assuntos, procurando refletir sobre temas atuais, simulando uma aparente inscrição no mundo real, como por exemplo, a missão Abraço e a explicação sobre a utilização de contraceptivos, no âmbito do Dia Mundial Contra a SIDA (2 de dezembro, *Extra*) e as missões de reflexão sobre as nomeações e o balanço sobre a estadia na Casa (2 de dezembro, *Diário da Noite*).

Seguidamente, registámos 16 segmentos relacionados com castigos impostos pela Voz. A maioria dos castigos consiste no concorrente ter de carregar com uma pedra gigante às costas: este objeto acabou por se tornar uma personagem, denominada por *Menir*. O mesmo está presente na maioria dos castigos sofridos por Cátia, João J., Fanny e João M. Por outro lado, encontrámos também castigos mais severos como o sucedido com a concorrente Fanny: na semana em análise a concorrente não pode nomear, perdeu todo o seu dinheiro devido a uma discussão com Daniela S. e fez João M. perder também o seu

²⁰ Consultar em anexo Quadro Ilustrativo XXI – Presença da Voz nos segmentos das emissões *Diários* e *Extras*.

dinheiro por se encontrar no jardim a ouvir comentários do exterior. Esta tomada de decisão da produção claramente surge de modo a gerar conflito, pagando pelo erro de um concorrente, o concorrente mais próximo do mesmo.

Na semana em análise, as missões individuais encontram-se presentes em 12 segmentos, tendo como objetivo explorar as narrativas pessoais dos concorrentes, delineadas na gala de estreia promovendo o entretenimento da audiência. Por fim, deparamo-nos ainda com as missões dos nomeados, presentes em 8 segmentos, que procuram incentivar a competição no programa. Estas intervenções da Voz na narrativa proporcionam o conflito, o romance, situações divertidas com objetivo de entreter a audiência e perpetuar o espetáculo e suspense do texto televisivo.

Assim sendo, a personagem Voz tem uma caráter ficcional, servindo para a produção intervir na narrativa dos concorrentes. Em entrevista com um membro da produção da TVI foi-nos confidenciado que esta personagem se trata de uma pessoa da própria produção. Algumas das suas intervenções encontram-se gravadas, como por exemplo, pedir aos concorrentes que coloquem o microfone corretamente, sendo as suas intervenções da total responsabilidade da produção. A narração da história dos concorrentes, embora não esteja totalmente delineada, segue as linhas narrativas escolhidas pela produção que, em última instância, procurará sempre cativar a audiência.

3.4. (Im)parcialidade da narrativa

A partir da recolha de dados das emissões entre os dias 29 de novembro e 5 de dezembro verificamos que o tratamento dos concorrentes é claramente desigual. A relevância de cada um dos concorrentes, como demonstrando no subcapítulo anterior, tanto nas diversas narrativas como no protagonismo dos segmentos é claramente tendencial.

Analisando o tratamento dos dois nomeados, Paulo e João J., verificamos que o primeiro domina as imagens da semana em análise. Paulo é um dos concorrentes mais associados a narrativas pessoais e à narrativa de jogo das nomeações, protagonizando mais 20% dos segmentos do que João J. Contudo, esta visibilidade não o favoreceu, tendo sido o concorrente expulso na emissão *Gala de Domingo*. Podemos argumentar que, sendo o voto da audiência para expulsar, a visibilidade dos concorrentes influencia a sua continuação no programa, sendo essa visibilidade controlada pela produção. A apreciação do concorrente, na semana em análise, é maioritariamente negativa, como podemos constatar no Quadro IV. Contrariamente, embora com menor relevância narrativa, a apreciação de João J. é

continuamente positiva. Ora, prosseguindo o nosso argumento, quanto maior for a relevância de determinado concorrente e quanto mais negativamente forem as suas ações apreciadas por apresentadores, comentadores e demais concorrentes, maior será a probabilidade da sua expulsão, denotando assim, uma preferência tendencial, na semana em análise, por parte da produção do programa em escolher imagens que perpetuassem, nas emissões diárias e semanais, este tipo de comportamento por parte de Paulo.

Deste modo, verificamos que a imparcialidade não pauta o programa, existindo uma preferência por determinados concorrentes em detrimento de outros e um desequilíbrio no número de segmentos protagonizados pelos concorrentes. O protagonismo da semana em análise encontra-se focalizado em Paulo, Fanny, Cátia e Marco, sendo transmitidas imagens conotadas negativamente sobre os dois primeiros e, os últimos conotados positivamente. O vencedor do programa, João M., embora não tenha a mesma visibilidade que os concorrentes referidos anteriormente, foi ao longo das treze semanas beneficiado pelo seu relacionamento com a concorrente Fanny, cuja apreciação e postura sempre foram muito criticados ao longo do programa. Como referimos anteriormente, por vezes não se trata de possuir maior visibilidade mas sim a visibilidade certa. E este controlo das imagens transmitidas encontra-se nas mãos de ambas as produções, quer da Endemol, que seleciona o feed de imagens, quer da TVI, que depois as organiza nas emissões transmitidas na televisão generalista.

Importa ainda referir que a montagem muitas vezes não é imparcial, criando sequências de planos com determinada conotação. Um exemplo explícito ocorreu na *Gala de Domingo* de 5 de dezembro de 2011, na primeira edição da *Casa dos Segredos*. Nas imagens do resumo da semana da concorrente Ana Isabel recorda-se o momento em que o concorrente António a nomeou. Júlia Pinheiro, apresentadora desta primeira edição, pergunta-lhe quais vão ser as suas nomeações e António afirma nomear Ana Isabel. Após um corte de edição, deparamo-nos com um segmento de um jogo na sala, no qual a Voz questiona a Ana Isabel quem ela acha que a nomeou. A mesma afirma saber que António foi um dos concorrentes a tê-la nomeado e sentiu essa nomeação como uma traição. Após outro corte de edição, o segmento escolhido para seguir esta afirmação é de António no confessionário a afirmar: «Eu não tenho nada contra ela. Gosto muito dela. Custa-me nomeá-la». Estamos perante uma desculpabilização deste mesmo concorrente: mal se afirma que ele pode ter traído a confiança de Ana Isabel, é escolhida uma imagem que

afirma que gosta muito dela. Contudo, estamos perante uma descontextualização de eventos e uma manipulação aquando a edição de imagens. Caso voltemos a dia 30 de novembro de 2011, dia da emissão *Nomeações* e visionemos a conversa no confessionário de António com Júlia Pinheiro, na íntegra em direto, constatamos que as palavras proferidas não foram dirigidas a Ana Isabel mas sim à outra concorrente que António nomeava:

Júlia Pinheiro: «Mas há razões objetivas [para nomear]. Porquê a Andreia?»

António: «Não, eu não tenho nada contra ela, Gosto muito dela, Custa-me nomeá-la.»

Pormenores que passam despercebidos à maioria, acabando por ser fulcrais na construção deste personagem levada a cabo pela própria produção do programa, vindo a ser António o vencedor da primeira edição da *Casa dos Segredos*.

Salientamos ainda que, em entrevista a um dos concorrentes das duas edições do programa em maio de 2012, tomámos conhecimento de que os próprios possuíam clara consciência de que determinadas decisões da produção, como por exemplo, imunidade durante uma semana de jogo ou a possibilidade de ser o concorrente a desempatar as nomeações, aparentemente aleatórias, beneficiam determinadas linhas narrativas, influenciando o decorrer do programa. O concorrente Miguel, no 79^a dia na Casa, ao atender o telefone vermelho do jardim (elemento ficcional que permite à produção promover atividades para os concorrentes) é questionado sobre qual o ator que foi eleito governador do Estado da Califórnia, sendo resposta correta Arnold Schwarzenegger. Ao acertar nesta resposta, a Voz concede ao concorrente Miguel o poder de desempatar as nomeações, caso esse mesmo empate ocorra. Ora, no vídeo de apresentação do concorrente podemos constatar que o mesmo tem este ator como ídolo de infância.

Argumentamos pois, tal como confirmado em entrevista com um dos concorrentes presentes no programa, que «nada acontece por acaso» e a produção implementa as linhas narrativas que pretende, quer através da sua intervenção direta na narrativa dos concorrentes e nos acontecimentos dentro da Casa, quer através da construção das imagens transmitidas diariamente na televisão generalista. Na semana em análise, na emissão *Gala de Domingo*, a concorrente Cátia pergunta a Teresa Guilherme se já viu a «nova brincadeira» da mesma com o concorrente Miguel. Esta relação entre a concorrente Cátia e Miguel nunca fora transmitida nas emissões da semana, demonstrando claramente, não ser uma narrativa com interesse para a produção desta edição da *Casa dos Segredos*.

Por fim, não podemos deixar de referir a questão do voto telefónico e *online* que, após 11 anos de programas deste género em Portugal, continua sem ter total transparência. Serão as votações controladas por uma entidade externa? Como é assegurado que o concorrente expulso corresponde ao «voto» dos telespectadores? Haverá manipulação da votação com o objetivo de beneficiar determinadas linhas narrativas? Na entrevista realizada a um membro da TVI foi-nos afirmado que este tipo de controlo lhe era desconhecido. Estas mesmas questões, entre outras, são colocadas numa recente petição dirigida à ERC, TVI e Endemol que, para além de salientar as «preferências alavancadas pelas apresentadoras dos concursos», explicita ainda que:

No modelo atual existe apenas um regulamento para a atribuição de um prémio monetário aos telespectadores que usam o serviço telefónico de valor acrescentado. Não existe qualquer escrutínio aos votos *online* em que se pode votar centenas de vezes, ou a garantia de que a produção não manipula as votações dos concursos.²¹

A petição solicita, assim, uma regulamentação deste tipo de programas através de uma auditoria independente. Embora a presente dissertação aborde apenas o próprio texto televisivo, consideramos que esta se trata de uma questão inquietante a necessitar de uma resposta.

²¹ Petição pela verdade nos programas de entretenimento *Secret Story*, <http://www.peticaopublica.com/?pi=P2011N17715>, consultado a 01/09/2012

VI. Conclusão: Realidade, Ficção e Jogo no programa *A Casa dos Segredos*

O programa *A Casa dos Segredos*, inserido no gênero *reality game-show*, explora visivelmente a barreira entre o mundo real, o mundo ficcional e o mundo do jogo. Deparamo-nos com uma ficcionalização do real, em prol do espetáculo televisivo, fortemente associada ao universo do jogo, procurando constantemente construir intrigas que perpetuem o interesse da audiência.

O enredo presente no gênero da «televisão de realidade» é construído pela produção do programa através de elementos ficcionais característicos do formato: a intervenção direta da personagem Voz na narrativa através de atividades propostas pela mesma com o objetivo de criar situações que de outra forma não aconteceriam; a escolha dos concorrentes; os cenários; a montagem dos blocos de imagens transmitidos na televisão generalista e, ainda a narrativa estrutural das emissões.

A produção do programa escolhe cuidadosamente os concorrentes, delineando a narrativa dos mesmos nos seus vídeos de apresentação e delineando oportunamente, ao longo das trezes semanas, as restantes narrativas que constroem o papel de cada concorrente no jogo sob determinado ponto de vista. Acreditamos que o concorrente «representa» um determinado personagem-tipo pois as suas imagens transmitidas mostram recorrentemente o mesmo tipo de comportamentos. Para além dos constrangimentos técnicos do medium, fragmentando os acontecimentos do programa, a produção dispõe de vários recursos de edição, como por exemplo o *flashback*, ferramenta para recordar o espectador de determinado acontecimento, dando evidência a linhas narrativas relacionadas com situações de conflito, humor, romance, jogo, preconizando as estruturas narrativas universais teorizadas por Todorov e Barthes.

A autenticidade e performance dos concorrentes são exploradas pelo programa através dos elementos ficcionais anteriormente referidos. O *true self* dos participantes, para além de lidar com constrangimentos sociais, encontra-se exposto aos constrangimentos do jogo (o cumprimento das regras do programa, a necessidade de esconder o seu segredo, o cumprimento das missões que lhe são propostas, etc.) implicando necessariamente uma performance por parte dos mesmos. Sendo a autenticidade dos concorrentes condicionada pelos fatores referidos, a sua performance é constantemente explorada pela produção, através da Voz ou de TG, que procuram conduzir o concorrente para determinada narrativa pessoal ou determinada narrativa de jogo. O programa «decorre num único cenário durante

quatro meses e os jogadores-atores têm de comportar-se como personagens à procura de um papel» (Torres, 2011b).

A análise quantitativa realizada permite-nos argumentar que, quanto maior for a frequência de uma narrativa associada a um determinado concorrente, mais explícita será a construção da sua personagem, visto as suas ações estarem frequentemente representadas no programa. Contudo, verificamos também que o protagonismo e visibilidade dos concorrentes é desigual o que, conseqüentemente, pode influenciar a sua participação. A permanência de um concorrente está intrinsecamente relacionada com a percepção da audiência a seu respeito. Essa percepção é controlada pela produção do programa através da seleção dos blocos de imagem a serem transmitidos, não existindo uma imparcialidade na visibilidade dos concorrentes, como por exemplo os nomeados na semana em análise, podendo argumentar-se que a escolha do concorrente «expulso» pela audiência está condicionada pela sua percepção dos mesmos, sendo esta sugerida pela produtora, num procedimento semelhante ao da ficção.

A narrativa processa-se assim de forma complexa, construindo-se através da montagem dos segmentos (estúdio e blocos de imagens); as 168 horas vividas pelos concorrentes, durante a semana em análise, são comprimidas para 18 horas não existindo um equilíbrio na visibilidade e protagonismo de cada concorrente. O mesmo sucede com os próprios apresentadores e comentadores que não demonstram imparcialidade nos seus comentários, envolvendo-se no próprio programa, adjetivando determinados concorrentes positivamente em detrimento de outros, o que conseqüentemente, ajuda na construção de personagens tipificadas, característica do género e da hibridez do programa, sendo as suas narrativas pessoais e de jogo os tipos de narrativas dominantes.

Constrói-se assim uma «realidade» artificial, através de diversos elementos ficcionais. Constroem-se cenários, constroem-se personagens, constrói-se o tempo, constroem-se tipos de narrativas. Inscreve-se no mundo real uma hiper-realidade, a realidade do próprio media, do programa e das suas narrativas.

Consideramos produtiva a investigação preconizada pela presente dissertação, visto ter possibilitado responder às nossas questões de investigação, contribuindo para o conhecimento científico da comunidade académica na área das ciências da comunicação. Abrimos, deste modo, caminho para estudos mais desenvolvidos sobre a matéria, promovendo um olhar mais atento sobre os textos televisivos deste género.

VII. Referência Bibliográficas

- Adam, Jean-Michel e Revaz, Françoise (1997), *A análise da narrativa*, Lisboa: Gradiva.
- Allen, Robert C. e Hill, Anette (2004), *The Television Studies Reader*. Londres: Routledge.
- Andacht, Fernando (2003) “Uma aproximação analítica do formato televisivo do reality show Big Brother” in *Revista Transdisciplinas de Comunicação, Semiótica e Cultura*, Número 6: Galáxia.
- Aslama, Minna e Pantti, Mervi (2006), “Talking alone: Reality TV, emotions and authenticity” in *European Journal of Cultural Studies*, vol. 9 nº 2, pp. 167-184.
- Aslama, Minna (2009), “Playing House : Participants' experiences of Big Brother Finland” in *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 12, pp. 81-96.
- Bardin, Laurence (2009 [1977]). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, Jean (2004[1981]) *Simulacra and Simulation*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Bignell, Jonathan (2004), *An Introduction to Television Studies*, New York, Routledge.
- Bondebjerg, Id (2002) “The Mediation of Everyday. Genre, Discourse and Spectacle in Reality-TV” in Realism and “Reality” in *Film and TV, Northern Lights, Film and Media Yearbook*, Copenhagen: Museum Tusulanum Press.
- Chen, Li-fen (2000), «Fictionality and Reality in Narrayive Discourse: A Reading of Four Contemporary Taiwanese Writers», in *Dissertation.com*, Washington: University of Washington.
- Couldry, Nick (2002) “Playing for Celebrity: Big Brother as a Ritual Event” in *Television and new media*, 2002, 3, pp. 283-293.
- Creeber, Glen (2001), *The Television Genre Book*, Londres: BFI.
- Curnutt, Hugh (2011), “Durable participants: A generational approach to reality TV’S “ordinary” labor pool” in *Media, Culture & Society*, vol. 33, nº7, pp. 1061-1076.
- Eaves, Michael H. e Savoie, Michael (2005), “Big Brother: Merging Reality and Fiction: An Application of the Narrative Paradigm” in *Texas Speech Communication Journal*, Vol. 29, No 2, pp. 91-95.
- Ellis, John (1997 [1982]), *Visible Fictions*. Londres: Routledge

- Ferreira, Renato Pinto (2010), Teorias e práticas da Programação Televisiva: a realidade portuguesa, *Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação*: Universidade Fernando Pessoa.
- Foucault, Michel (1975), *Vigiar e Punir*. Petropolis: Editora Vozes.
- Frau-Meigs, Divina (2006), “Big Brother and Reality TV in Europe. Towards a Theory of Situated Acculturation by the Media” in *European Journal of Communication*, vol. 21, nº1, pp. 33-56.
- Friedman, James (2002), *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*. Rutgers, The State University.
- Fulton, Helen; Huisman, Rosemary; Murphet, Julian e Dunn, Anne (2005), *Narrative and Media*, Cambridge: CUP.
- Garcia, Deomara; Viera, Cristina e Pires, Cristiane (s.d), «A explosão do fenômeno: reality show» in *www.bocc.ubi.pt*, consultado a 03.01.2012.
- Gillespie, Marie com Toynbee, Jason (2006), *Analysing Media Texts*, Maidenhead: Open University Press.
- Gordillo, Inmaculada (2009), *Manual de Narrativa Televisiva*. Madrid: Ed. Síntesis.Cultural Analysis, de Jim McGuigan.
- Herman, David (2007), *The Cambridge Companion to Narrative*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Herman, Luc e Vervaeck, Bart (2001), *Handbook of Narrative Analysis*, London: University of Nebraska Press.
- Herschmann, Micael e Pereira, Carlos (2005), «O espetacularização contemporâneo – entre o dramático e o trágico» in *Mídia, memória & celebridades. Estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade*. 2ª ed., Rio de Janeiro: E-papers.
- Hill, Annette (2005), *Reality TV. Audiences and popular factual television*, New York: Routledge.
- Hill, Annette (2007), *Restyling factual television: audience and news. Documentary e Reality genres*, New York: Routledge.
- Ibrahim, Yasmin (2007), «Transformation as Narrative and Process: Locating Myth and Mimesis in Reality» in *Nebula*, dezembro 2007.
- Ilharco, Fernando (2008) “A Catarse do Fogo: A Simbologia do Fogo nos Ecrãs de Televisão” *Comunicação & Cultura* nº5 Primavera-Verão 2008, Lisboa: FCH UCP.

- Jost, François (2005). *Comprendre la télévision*. Paris: Armand Colin.
- Journot, Marie Thérèse (2002), *Vocabulário de cinema*. Lisboa: Edições 70.
- Kavka, Misha (2012), *Reality TV. TV genres*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Killborn, Richard (2005), “Book review: Reality TV: The Work of Being Watched” in *Media, Culture & Society*, vol. 27, nº 4, pp. 624-626.
- King, Geoff (2005), *The Spectacle of Real: From Hollywood to “Reality” TV and Beyond*, Bristol: Intellect Books.
- Lacey, Nick (2000), *Narrative and Genre. Key Concepts of Media Studies*, Hampshire: Palgrave.
- Lima, Tiago (2011), *A televisão na sociedade em rede*. Lisboa: Obercom.
- Lopes, Vasco D. (s.d), *A ficcionalização do real*, Universidade Federal Fluminense.
- Marner, Terence (2006), *A Realização Cinematográfica*. Lisboa: Edições 70.
- Mast, Jelle (2009), “New direction in hybrid popular-television: a reassessment of television mock-documentary” in *Media Culture Society*, vol. 31, nº2, pp. 231-250.
- Maxwell, Joseph (2005), *Qualitative Research Design: an interactive approach*. Thousand Oaks. London: Sage.
- Mckee, Alan (2003), *Textual analysis: a beginner's guide*. London: Sage.
- McLuhan, Marshall (1964), *Understanding Media – The Extensions of Man*, Massachusetts: The MIT Press.
- Miller, Toby (2003), *Television Studies*. Londres: BFI.
- Orwell, George (1949), *Nineteen Eighty-Four*. New York: Signet Classic.
- Orza, Gustavo F. (2002), *Programación Televisiva*. Buenos Aires: La Cruíja.
- Parente, André (2000), *Narrativa e Modernidade. Os cinemas não-narrativos do pós-guerra*, São Paulo: Papyrus Editora.
- Quivy e Campenhoudt (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Grávida Publicações.
- Ramos, José (2004), *Cinema, Televisão e Publicidade: Cultura popular no Brasil nos anos 1970-1980*, São Paulo: Annablume.
- Reis, Carlos e Lopes, Ana (2002), *Dicionário de Narratologia*. Lisboa: Almedina.
- Ricoeur, Paul (1984), *Time and Narrative*, Chicago: The University of Chicago Press.

- Rimmon-Kenan, Shlomith (1983), *Narrative Fiction*, Contemporary Poetics, London: Routledge.
- Ritzer, George (1993), *The Mcdonalization of Society*. London: Sage.
- Santaella, Lucia e Noth, Winfried (2008), *Imagem – Cognição, Semiótica e Mídia*. São Paulo: Editora Iluminuras.
- Selby, Keith e Cowdery, Ron (1995), *How to Study Television*. Londres: MacMillan.
- Souza, José (s.d), «Caso Eloá: um reality show real» in *www.bocc.ubi.pt*, consultado a 03.01.2012
- Tavares, Olga Maria (s.d), *Estudos do Reality Show BBB3 na Universidade Brasileira*, Universidade Federal da Paraíba
- Tolson, Andrew (2006), *Media Talk. Spoken Discourse on TV and Radio*, Edinburgh: Edinburgh University Press
- Torres, Eduardo Cintra (2001) “Os “Reality Shows” à Cata da Personalidade” in *Público*, artigo datado de 23 de maio de 2001
- Torres, Eduardo Cintra (2011a), *A Televisão e o Serviço Público*, Lisboa: FFMS
- Torres, Eduardo Cintra (2011b), «Casa dos Segredos: Fábrica de relações humanas» in *Correio da Manhã*. 4 de dezembro 2011
- Turner, Graeme e Tay, Jinna (2009), *Television Studies After TV. Understanding Television in the Post-Broadcast Era*, New York: Routledge
- Williams, Raymond (1992 [1974]), *Television. Technology and Culture Form*. Londres: Wesleyan University Press.

Webgrafia

- E-dicionário em Termos Literários - <http://www.edtl.com.pt/>, consultado em 12.07.12.
- Marktest (2011) – <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~16da.aspx>, consultado em 01.02.2012.
- Mediamonitor (2012) - <http://www.mediamonitor.pt/noticias/index.php3?seg=131> consultado a 30.04.12.
- Petição pela verdade nos programas de entretenimento Secret Story, <http://www.peticaopublica.com/?pi=P2011N17715>, consultado a 01/09/2012.
- Porto Editora (2011) - <http://www.portoeditora.pt/> consultado a dezembro 2011

- Website Oficial da «Casa dos Segredos» (1ª e 2ª edição).

Conteúdos Multimedia

- Emissões disponibilizadas online
- Vídeos de apresentação dos concorrentes
- Vídeos promocionais do programa
- Vídeos melhores momentos dos concorrentes

ANEXOS

a) Calendarização

Com o objetivo de organizar a estruturação da presente dissertação ao longo dos semestres, apresentamos a calendarização das etapas de investigação desenvolvida para esse efeito. Embora se denote uma certa interatividade nas etapas de investigação, apanágio de um projeto de raiz qualitativa (Maxwell, 2005), estamos também conscientes da sua vertente quantitativa e, conseqüentemente, da sua inflexibilidade após estabelecidos os indicadores e o instrumento de observação. (Quivy e Campenhoudt, 2008).

Calendarização – Dissertação de Mestrado 2011

	set. 11				out. 11				nov. 11				dez. 11			
Definição concreta do tema a estudar	■	■	■	■	■	■										
Definição dos objetivos de estudo	■	■	■	■	■	■										
Formalização do tema e do orientador			■	■	■	■										
Leituras exploratórias						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Sistematização dos principais conceitos								■	■	■	■	■	■	■	■	■
Reflexão sobre a Metodologia													■	■		
Escolha da semana em análise															■	■
Redação do Quadro conceptual e Carta de Variância														■	■	■
Operacionalização dos conceitos														■	■	■
Definição Questões de Investigação/Hipóteses																■
Construção do instrumento de observação															■	■
Redação do desenho metodológico															■	■

Quadro XI. Calendarização

b) Concetualização (Quivy e Campenhoudt, 2008)

Conceito	Dimensão	Indicador
<p><u>Género</u></p> <p>«a means of construction groups of texts and then discriminating between them» (Creeber, 2001: 4)</p> <p>«recognizable character types, recognizable set, understandable style and conventional narrative structure (Lacey, 2000: 10)</p> <p>«For the television viewer, genre plays a major role in how television texts are classified, selected and understood» (Creeber, 2001: 5)</p> <p>Segundo Hill, em 2000, 73% de uma amostra de telespectadores acreditava que «stories in reality programming were made up or exaggerated for TV and only 12% thought stories about real people really happened as portrayed» (Hill, 2005: 64). Por sua vez, a produtora Endemol afirma que «tudo é verdade, tudo é real, nada no programa é falso ou irreal, é meramente controlado» (Bondebjerg, 2002: 19)</p>	<p><u>Realidade</u></p> <p>«neste contexto, o termo realidade significa sem roteiro» (Garcia et al, s.d: 2) (unscripted) – realidade do próprio medium</p>	<p>Representação das ações do quotidiano (ex. tomar banho, limpar a casa, cozinhar, etc.)</p>
	<p><u>Ficção</u></p> <p>Reality TV «cannot bring reality to viewers, it can only provide a representation of an event (Friedman, 2002: 5)</p> <p>Concorrentes seleccionados através de um complexo processo de casting consoante a sua personalidade entrando posteriormente num universo ficcional «que narra la evolución del concursante y al que dota del estatuto de personaje» (Orza, 2002: 174)</p>	<p>Espectacularização das ações do quotidiano (ex. missões propostas pela voz, assuntos propostos para tema de conversa, etc.)</p>
	<p><u>Jogo</u></p> <p>A realidade televisiva é ficcionalizada através de elementos ficcionais, intrinsecamente relacionados com características do mundo do jogo, concurso do qual apenas um poderá ser o vencedor.</p>	<p>Tipos de narrativas de jogo Tipificação das personagens Protagonismo dos concorrentes</p>
	<p><u>Autenticidade</u></p> <p>A «representação da vida filmada sem roteiro» (Andacht, 2003: 3) impossibilita a autenticidade pura dos concorrentes, os «true selves» (John Corner <i>apud</i> Kavka, 2012: 95) dos mesmos estão sempre condicionados por uma performance encorajada e induzida pela produção do programa em busca de narrativas que perpetuem o interesse da audiência.</p>	<p>Papel dos apresentadores/produção (TG e Voz principalmente) Criação de eventos (ex. segredos partilhados, etc.) Edição dos Blocos de Imagens Discurso dos concorrentes sobre a sua personalidade Frequência do tipo de narrativas associadas a cada concorrente Tipificação das personagens</p>

Conceito	Dimensão	Indicador
<p><u>Género</u></p> <p>A equação visível = real = verdadeiro (Sousa, s.d: 5), quando se trata deste género de programa não é de veras linear, levantando diversas questões relativas à autenticidade e performance dos concorrentes.</p>	<p><u>Performance</u></p> <p>a produção procura conduzir o programa «to specific directions (...) [changing] the whole viewpoint on characters' storylines» (Bondebjerg, 2002: 19).</p> <p>No caso particular do programa a Casa dos Segredos existe, de certa forma, um incentivo à performance dos concorrentes. Os mesmos, para cumprir as missões incumbidas pela omnipresente Voz, privilegiam o seu «performed self» com o objetivo de serem bem sucedidos no jogo.</p>	<p>Papel dos apresentadores/produção (TG e Voz principalmente)</p> <p>Criação de eventos (ex. missões, jogos coletivos)</p> <p>Edição dos Blocos de Imagens</p> <p>Frequência do tipo de narrativas associadas ao jogo</p>
<p><u>Narrativa</u></p> <p>«no single period or society can do without narratives» (Herman e Vervaeck, 2001: 1).</p> <p>Segundo Burner (<i>apud</i> Herman, 2007: 8) nós organizamos as experiências e memórias de acontecimentos na forma de narrativas (histórias, desculpas, mitos, razões para agir ou não agir, ect.), sendo inevitável a sua presença «in a wide variety of textual formats» (Barthes, 1977 <i>apud</i> Herman, 2007: 5), inicialmente de «manera pictórica y oral y más tarde, de forma escrita, sonora y visual a través del médio teatral, fotográfico, cinematográfico, radiofónico e televisivo» (Gordillo, 2009: 18).</p>	<p><u>Enredo</u></p> <p>No medium televisivo aparentemente os «events unfold before our eyes without the impression that someone is telling a story» (Bordwell, 1985 <i>apud</i> Gillespie e Toynbee, 2006: 101).</p> <p><u>Personagens</u></p> <p>Segundo Aristóteles, «characters are necessary only as agents or performers of action» (Rimmon-Kenan, 1983: 34), o que significa que determinadas ações codificam determinados traços de personalidade.</p> <p><u>Narração/Narrador</u></p> <p>Citando Paul Romer, produtor do Big Brother (<i>apud</i> Bondebjerg, 2002: 19) a produção possui um guião virtual «with several conflicts, personal development possibilities and relationships between characters» (2002:19).</p> <p>a produção procura conduzir o programa «to specific directions (...) [changing] the whole viewpoint on characters' storylines» (2002: 19).</p>	<p>Narrativa dominante de cada concorrente</p> <p>Tipificação dos concorrentes em personagens (Caracterização)</p> <p>Referência ao nome do concorrente em estúdio</p> <p>Caracterização/Tipificação dos concorrentes (ex: videos de apresentação e melhores momentos)</p> <p>Tipos de Narrativa e a sua Estrutura</p> <p>Frequência de narrativas associadas a cada concorrente</p> <p>Narrativa dominante de cada concorrente</p> <p>Referência ao nome do concorrente em estúdio</p> <p>Discurso sobre cada concorrente</p>

Conceito	Dimensão	Indicador
<p><u>Narrativa</u></p> <p>«each medium has institutional aspects that will influence the discourse» (Lacey, 2000: 107) (Fulton et al., 2005).</p> <p>«por un conjunto de secuencias que se entrelazan dando forma a una estructura que determina la organización global del discurso» (Orza, 2002: 125).</p>	<p><u>Ponto de Vista</u></p> <p>Qualquer narrativa possui um ponto de vista, «a story is always mediated from some perspective» (Fulton et al., 2005: 13).</p> <p>«the angle of vision through which the story is filtered» (Rimmon-Kenan, 1983: 74), que, de certa forma, condiciona a interpretação e a relação da audiência com as personagens.</p>	<p>Referência ao nome do concorrente em estúdio</p> <p>Discurso sobre cada concorrente - (im)parcial</p> <p>Relevância de cada concorrente (Frequência de Planos)</p>
	<p><u>Tempo</u></p> <p>Qualquer ato de storytelling demanda necessariamente uma noção de temporalidade: uma sequência de eventos causalmente relacionados ocorre num determinado tempo – «narrative is a temporal mode» (Fulton et al., 2005: 60).</p> <p>«certain events are not exactly repeated but are meant to be typical of particular character, and so recur» (Fulton et al., 2005: 71).</p>	<p>Duração dos diversos segmentos</p> <p>Concorrente/Narrativa com maior visibilidade</p> <p>Frequência de narrativas associadas a cada concorrente</p>

Quadro XII. Conceptualização

c) Instrumento de Observação

Grelha de Análise do Programa *A Casa dos Segredos*

Unidade de Registo Unidade de Contexto	Data de Emissão	Tipo de Emissão	Tipo de Narrativa	Tipos de Planos	Frequência de cortes de Edição	Protagonistas	Discursos	Duração	Obs. Comentários
Segmento de Estúdio (ex. Mónica Jardim introduz as primeiras imagens)									
Segmento Bloco de Imagens (ex. João M. e Fanny discutem)									
Segmento Gala (ex. Confessionário Marco)									
(...)									

Quadro XIII. Instrumento de Observação: Grelha de Análise

Legenda:

Tipo de emissão (ex. *Diário da Tarde*, *Diário da Noite*, *Extra*, *Gala*, *Nomeações*, *Fim de Semana*);

Tipo de narrativa (ex. narrativa de jogo, narrativa pessoal, metanarrativa);

Tipo de planos (ex. plano geral, plano individual, plano partilhado, etc.);

Frequência de cortes de edição: números de vezes que a câmara muda de plano;

Protagonistas: Concorrentes com mais destaque no segmento em análise;

Discurso: Expressões relevantes para a narrativa do segmento ou tipificação dos concorrentes;

Duração: Tempo em minutos de duração de um segmento

Obs. Comentários: Papel de cada concorrente no jogo. Imagem percebida através da análise do segmento

d) Quadros Ilustrativos – Resumo da análise textual e de conteúdo

Segredo de cada concorrente		
Concorrente	Narrativa Jogo (Segredo)	Observações
Cátia	Trabalhei num cabaret	Revelado na 12ª Gala de Domingo / Por descobrir dentro da Casa
Daniela P.	Somos um casal (com concorrente Pedro)	Revelado na Gala de Estreia / Descoberto dentro da Casa (6ª semana)
Daniela S.	Somos um casal falso (com concorrente Carlos)	Revelado na Gala de Estreia / Descoberto dentro da Casa (4ª semana)
Fanny	Sou consumidor/a compulsiva	Por revelar / Por descobrir dentro da Casa
João J.	Sou virgem	Revelado na 6ª Gala de Domingo / Descoberto dentro da Casa (11ª semana)
João M.	Fui vítima de violência doméstica	Por revelar / Por descobrir dentro da Casa
Marco	O meu ex está na casa (com concorrente Susana)	Revelado na Gala de Estreia / Descoberto dentro da Casa (3ª semana)
Miguel	Sou filho/a de um bispo	Revelado na 10ª Gala de Domingo / Por descobrir dentro da Casa
Paulo	Matei um homem	Revelado na 10ª Gala de Domingo / Por descobrir dentro da Casa

Quadro XIV – Segredo de cada concorrente (Narrativa Jogo – Segredos)

Estrutura Narrativa dos Diários
1. Genérico do Diário
2. Introdução do programa com Leonor Poeiras
3. Ligação em direto à casa
4. Resumo do X Bloco de Imagens
5. Bloco de Imagens
6. Comentários ocasionais em estúdio
7. Resumo do Y Bloco de Imagens
8. Bloco de Imagens
9. Comentários ocasionais em estúdio (...)
10. Eventual Ligação em direto à casa
11. Números para Votar (exceto à segunda)
12. Informações finais

Quadro XV – Estrutura narrativa dos diários (segmentos presentes)

Estrutura Narrativa da emissão <i>Extra</i>
1. Genérico do <i>Diário</i>
2. Introdução do programa com Leonor Poeyras
3. Ligação em direto à casa
4. Eventual intervalo
5. Ligação em direto à casa
6. Resumo do X Bloco de Imagens
7. Bloco de Imagens
8. Comentários ocasionais em Estúdio
9. Resumo do Y Bloco de Imagens
10. Bloco de Imagens
11. Comentários ocasionais em estúdio
12. Ligação em direto à casa
13. Reportagens (diferentes consoante o dia da semana) ou convidados em estúdio (Comentários Marta Cardoso e Nuno Eiró à sexta-feira)
14. Conversa com concorrente expulso no domingo (só às segundas)
15. Números para votar (exceto à segunda)
16. Informações finais

Quadro XVI – Estrutura narrativa dos *Extra* (segmentos presentes)

Estrutura narrativa da emissão <i>Nomeações</i>
1. Introdução TG em estúdio
2. Direto à Casa (TG fala com os concorrentes)
3. Resumo das narrativas do concorrente X por TG em Estúdio
4. Concorrente X no Confessionário
5. Resumo das narrativas do concorrente Y por TG em Estúdio
6. Concorrente Y no Confessionário (...)
7. Quadro das Nomeações
8. Ligação à Casa para Anunciar os Nomeados
9. Números para Votar
10. Informações Finais

Quadro XVII – Estrutura narrativa das *Nomeações* (Segmentos presentes)

Estrutura narrativa da <i>Galas de domingo</i>
1. Genérico + Entrada de TG em estúdio
2. Introdução da semana
3. Ligação em direto à casa
4. Números para votar
5. Introdução TG às imagens da semana do nomeado X
6. Imagens da semana do nomeado X
7. Nomeado X no confessionário
8. Conversa de TG com familiares do nomeado X e ex-concorrentes
9. Números para votar
10. Introdução TG às imagens da semana do nomeado Y
11. Imagens da semana do nomeado Y
12. Nomeado Y no confessionário
13. Conversa de TG com familiares do nomeado Y e ex-concorrentes
14. Números para votar
15. Semana dos restantes concorrentes
16. Restantes concorrentes no confessionário
17. Conversa com familiares dos restantes concorrentes e ex-concorrentes
18. Fecho das votações
19. Ligação a casa a anunciar o fecho das votações
20. Quem é expulso?
21. Ligação à casa + Saída do concorrente
22. Chegada do ex-concorrente
23. Informações finais

Quadro XVIII – Estrutura narrativa das *Galas de domingo* (Segmentos presentes)

Reportagens e presenças em estúdio
1. Mensagem de Parabéns dos Familiares à concorrente Fanny (Terça)
2. Reportagem Comentários TG às nomeações (Terça)
3. Vox Pop Nomeados (Quarta)
4. Repetição Entrevista ex-concorrente Susana (Quarta)
5. Comentários ex-concorrentes do Big Brother 2, Sérgio e Verónica (Quarta)
6. Telefonemas Mães dos Nomeados (Quinta)
7. Reportagem Vida de Stripper (Quinta)
8. Reportagem com Familiares dos Nomeados (Sexta)
9. Comentários Nuno Eiró e Marta Cardoso (Sexta)
10. Reportagem opinião de TG sobre a expulsão (Segunda)
11. Reportagem Pais de João J. (Segunda)

12. Reportagem Mãe de Paulo (Segunda)
13. Reportagem Reação de Paulo (Segunda)
14. Entrevista com o concorrente Paulo (Segunda)
15. Vox Pop Opinião da expulsão de Paulo (Segunda)

Quadro XIX – Reportagens e convidados estúdio (*Extras*)

Caracterização dos concorrentes	
Concorrente	Personagem Criada
Cátia	Brincalhona, tonta, divertida
Daniela P.	Aspirante a cantora
Daniela S.	Mãe / Psicóloga
Fanny	Menina mimada
João J.	Menino da Terrinha/ Bom coração
João M.	Menino Bonito
Marco	Homem que chora
Miguel	Vaidoso / Psicólogo
Paulo	Doméstico / Revoltado

Quadro XX – Caracterização dos concorrentes
(Personagens criadas)

Presença da Voz nos segmentos das emissões <i>Diário e Extra</i>	
Atividade	Qty.
Missões Coletivas	53
Missões Individuais	12
Missões Nomeados	8
Castigos	16
Outras (outros acontecimentos causados por intervenção da Voz)	6
Total	95
243 Segmentos (<i>Diários + Extras</i>)	39%

Quadro XXI – Presença da Voz nos segmentos das emissões *Diário e Extra*

Narrativas Pessoais de cada Concorrente	
Concorrente	Narrativa Pessoal
Cátia	O seu relacionamento com Marco O seu relacionamento com ex-concorrentes (Carlos e Susana) A sua personalidade humorística A sua ignorância em questões de cultura geral
Daniela P.	A relação com o seu pai (exterior à casa) A sua amizade com o concorrente Paulo e com João J. A sua vida profissional - o desejo de ser cantora O seu relacionamento com o ex-concorrente Pedro
Daniela S.	A relação com a sua filha - Papel de Mãe A sua personalidade frontal, decisiva e manipuladora
Fanny	O seu relacionamento com João M. A sua relação com o namorado Diogo (exterior à casa) A sua personalidade intransigente
João J.	A sua virgindade (Segredo) A sua proximidade com Daniela S. e Daniela P. A sua personalidade pacata e apaziguadora (sempre a dormir)
João M.	O seu relacionamento com Fanny A sua personalidade de jovem respeitador
Marco	O seu relacionamento com Cátia A sua relação com a ex-concorrente Susana A sua postura na Guerra com o concorrente Paulo A amizade com João J. (A sua mudança de postura na casa) A sua personalidade de homem grande e forte que chora
Miguel	A sua personalidade narcisística O seu relacionamento com a concorrente Bruna (que nunca chegou a entrar)
Paulo	Mudança da sua personalidade com a nomeação (mau perder) Guerra aberta com os concorrentes Cátia e Marco A sua personalidade homem respeitador, dono de casa, divertido, etc.

Quadro XXII – Narrativas pessoais de cada concorrente

Apreciação sobre cada Concorrente

Concorrente	Gala/Diário/Extra	Total	Positivo	Negativo	Neutro	
Cátia	TG «um amor, muito simpática»	10	X			
	Voz «Ficou muito bem Cátia»		X			
	Daniela S. «tonta»		X			
	«Eu sou uma mulher inteligente»		X			
	Iva Domingues «Cátia, no seu melhor»		X			
	Voz «Cátia é a justa vencedora»		X			
	TG para Paulo «coitadinha da miúda»		X			
	TG «nossa Catiazinha»		X			
	TG «cultura geral de Cátia é da idade da pedra»		X			
	«Tenho sido sempre igual, sempre divertida. Bem disposta. Sempre eu»		X			
Daniela P.	Leonor Poeiras «Daniela P. completamente dedicada à interpretação dos temas»	2	X			
	TG «Daniela P. janota, numa missão foi certa»		X			
Daniela S.	Iva Domingues citando o concorrente Paulo «manipuladora, jogadora, falsa»	4		X		
	TG «é útil, é frontal, envolve-se imenso. Vive muito a história dos outros»		X			
	TG «tem uma criança cá fora»		X			
	João M. «essa cobra»			X		
Fanny	TG «Fanny armou-se em fadista e a Voz armou-se em Severa»	7		X		
	TG sobre castigos «exuberância de Fanny»			X		
	TG «não é para brincadeiras e arma logo zaragata»			X		
	TG «sempre tão frontal»				X	
	Daniela S. «fedelha mal educada que faz o que quer e o que lhe apetece.. É burra ao ponto de dizer que não quer mudar porque assim é que é uma grande mulher»				X	
	TG «birras..parecia que tinha 10 anos..Não parece nada arrependida»				X	
	Leonor Poeiras «Fanny portou-se mal»				X	
João J.	Daniela P. «João J. é um querido..uma raridade»	11	X			
	TG «ele é bom rapaz, muito envergonhado mas com pouca vergonha»		X			
	Paulo «ele é Jesus Cristo aqui dentro.. A pessoa da terrinha safa-se sempre»		X			

	Ex-concorrente do Big Brother «pessoa mais sincera. Mais coerente»		X		
	Mãe do concorrente «Pacato, simples, humilde, transparente»		X		
	Mãe do concorrente «transmite bons princípios. Um Homem com letra grande. Tem paz de espírito. Ele é como ele é»		X		
	TG «o seu filho é um doce»		X		
	TG «nosso Jota sorridente»		X		
	Paulo «continua assim, és boa pessoa»		X		
	Mãe do concorrente «discussões passaram-lhe ao lado, manteve sempre a calma»		X		
	Iva Domingues «João J. bates forte cá dentro de todos nós»		X		
João M.	Fanny «mulherengo saltitão»		X		
	Fanny «grande homem»		X		
	Iva Domingues «Palavras sábias de João M.»		X		
	Leonor Poeiras «impávido e sereno»		X		
	«Sou um rapaz ambicioso com sonhos»		X		
Marco	TG «gatão pasteleiro»		X		
	Paulo «falta de educação..resolve as coisas na base de agressão»			X	
	Nuno Eiró «O novo Marco aceita [críticas], nem que seja estratégia de jogo, o que não ajuda o Paulo»		X		
	TG «o nosso pasteleiro»		X		
	«Não estou a dizer que a culpa é de ninguém, sou muito homem para assumir os meus erros»		X		
	Miguel «depois faz-se de vítima			X	
Miguel	TG «Guloso»		X		
	TG «Dr. Love»		X		
Paulo	Leonor Poeiras «Paulo fala com João J. sobre este tema com muito respeito»		X		
	Marco «muito criança»			X	
	Iva Domingues «Ele é tranquilo, apaziguador, o que aconteceu?»			X	
	Mãe do concorrente «não conheço esta faceta do Paulo»			X	
	TG «sossegado, limpo, asseado, cuida de tudo e de todos»		X		
	Marta Cardoso «Esta nomeação mostra-nos um Paulo completamente diferente, o que me parece que o vai prejudicar»			X	
	TG «que lindo sorriso que tem o Paulo, é pena ter sorrido tão pouco esta semana»			X	
	TG «grande jogador, tão mau perder?»			X	

Ex-concorrente do Big brother «cozinha, politicamente correto»		X		
Ex-concorrente do big brother «têm-me desiludido com o seu mau perder»			X	
Leonor Poeiras «Paulo ainda não superou as nomeações»			X	

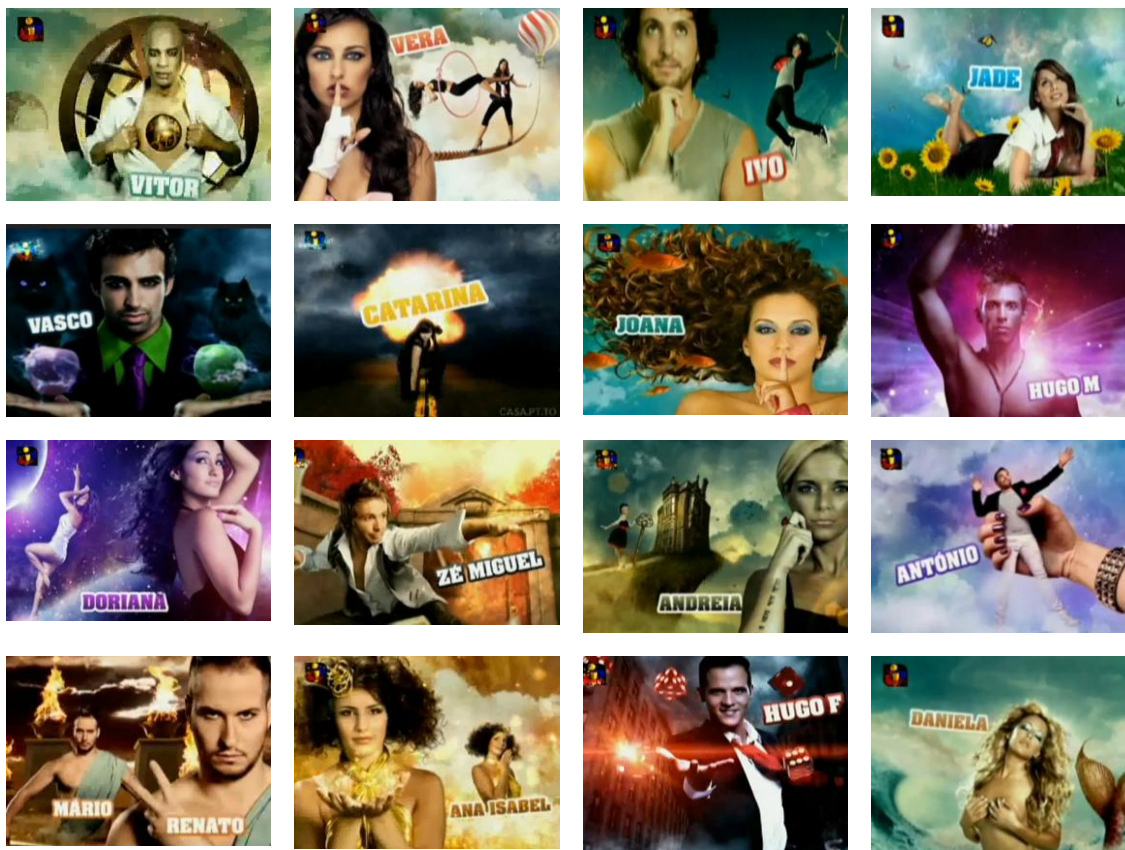
Quadro XXIII – Apreciação de cada concorrente – comentários dos apresentadores e outros concorrentes durante as emissões

f) O Genérico – Apresentação dos Concorrentes e do Programa

1ª Edição do Secret Story: A Casa dos Segredos

03 de outubro a 31 de dezembro 2010 | 17 concorrentes

Screenshots dos Concorrentes



Genérico *A Casa dos Segredos* interpretado por Angélico e Diana *Transcrição*

Eu quero estar contigo
Contigo eu realizo
Atuo e protagonizo
Exponho choros e sorrisos

Eu quero estar contigo
Lançar-te o feitiço
Avança sem compromisso
Presto atenção, já já vi

Avança Voz, Voz
Tenta a tua sorte
Nesta casa vale tudo
Este, oeste, sul e a norte

Avança Voz, Voz
Tenta a tua sorte
Nunca te esqueças estás a jogar
E quando se joga é p'ra ganhar

Refrão

Eu quero ver-te no ecrã

Os teus segredos

Pela noite dentro

Eu quero ver-te no ecrã

Na Casa dos Segredos

Regista estes momentos

Para sempre vais recordar

Estão expostos os sentimentos

Não tens como os guardar

Aqui sou como sou

O que eu tenho eu dou

Não tem como enganar a TV mostrou

O gelo derreteu

O ambiente aqueceu

Fomos muitos mas no fim só um venceu

Refrão (2x)

Voz-off

«Todos têm um segredo, Todos têm uma missão

Esconder o seu segredo durante 13 semanas

Será que vão conseguir?

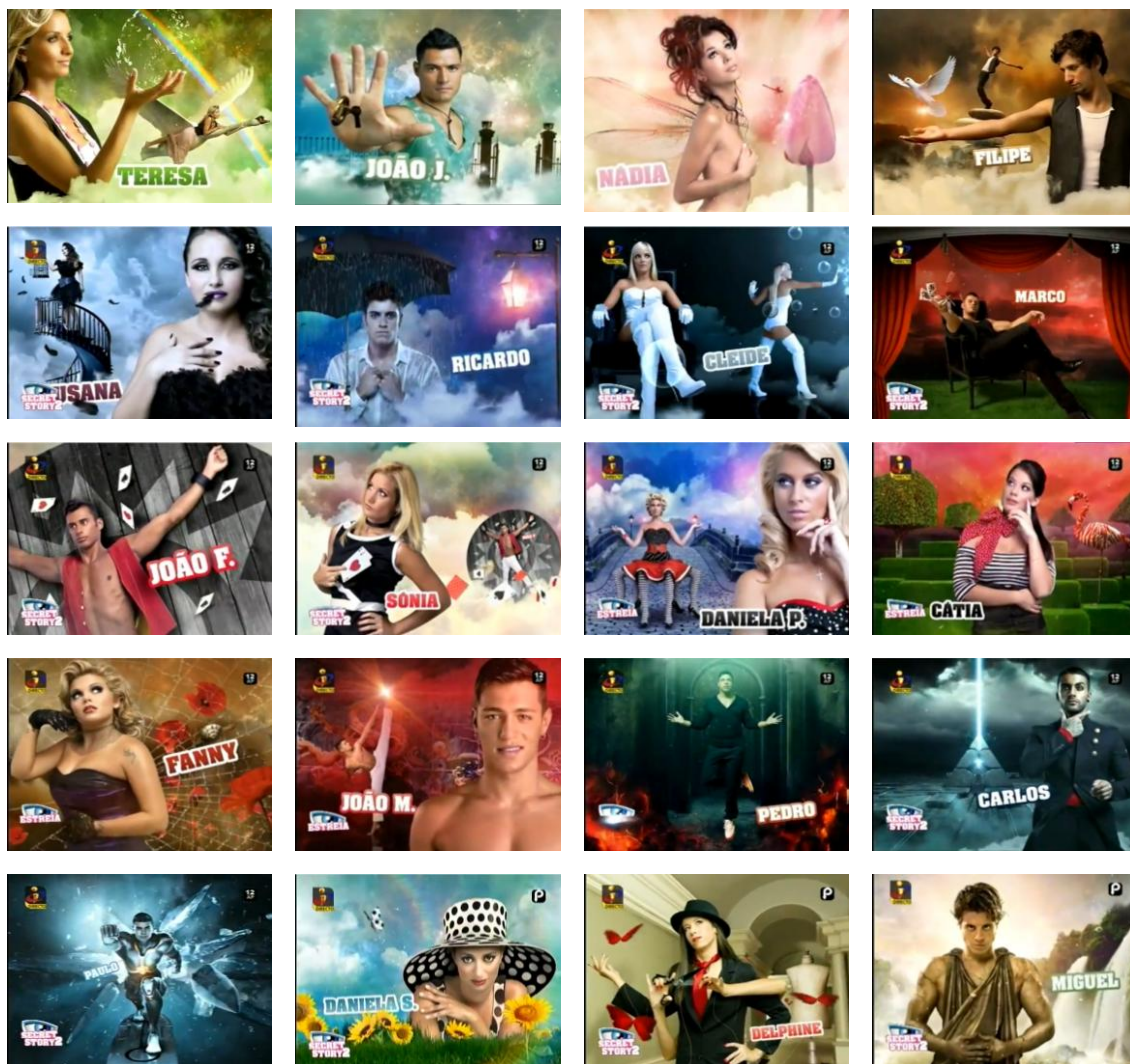
Mas atenção, as aparências enganam

Secret story, a casa dos segredos»

2ª Edição do Secret Story: A Casa dos Segredos

18 de setembro a 31 de dezembro 2011 | 21 concorrentes

Screenshots dos Concorrentes



O 21º concorrente foi Bruna, concorrente expulsa na *Gala de Estreia* em votação com a concorrente Cleide. Bruna nunca chegou a entrar na casa nem é apresentado como «personagem» no genérico, contudo, esteve presente em todas as galas e protagonizou um «romance» com um dos residentes, o concorrente Miguel, enquanto o mesmo esteve na casa.

Genérico *A Casa dos Segredos II* interpretado por Rusty Transcrição

Aqui vale tudo

Minuto a minuto

Da entrada até ser expulso

Vais ver o melhor de mim

Jogo com o meu trunfo

Segredo absoluto

Prá quando eu o descubro

P'ra Voz me levar ao fim

Refrão

Porque eu vim p'ra ganhar

Participar só não chega

Se o importante é jogar

Então no fim o melhor que vença

Bem vindo à Casa dos Segredos

Escondo o meu

Descubro o teu

Bem vindo à Casa dos Segredos

Descubro o teu, oh!

Escolhe bem as palavras

As regras estão ditadas

Se te descuidas, falhas

E expões os teus segredos

Defende-te nas galas

A forma como guardas

É a mesma com que te salvas

Faz de tudo p'ra escondê-lo

Refrão

Let's go! O jogo começou. (4x)

Bem vindo à Casa dos Segredos

Escondo o meu

Descubro o teu

Bem vindo à Casa dos Segredos

Descubro o teu, oh! (2x)