

Faculdade Canção Nova

Júlia Dantas Rodrigues

A Jornada do Herói no Reality Show: Análise narrativa e semiótica da construção do campeão Lucca em *Estrela da Casa*

Cachoeira Paulista
2025

Rodrigues, Júlia Dantas. A Jornada do Herói no Reality Show: Análise narrativa e semiótica da construção do campeão Lucca em Estrela da Casa.

Faculdade Canção Nova

Júlia Dantas Rodrigues

A Jornada do Herói no Reality Show: Análise narrativa e semiótica da construção do campeão Lucca em *Estrela da Casa*

Monografia apresentada como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social - Rádio e Televisão pela Faculdade Canção Nova, sob orientação da Prof.^a Me. Ana Lucília Paixão Rodrigues.

Cachoeira Paulista
2025

Júlia Dantas Rodrigues

Monografia

A Jornada do Herói no Reality Show: análise narrativa e semiótica da construção do campeão Lucca em Estrela da Casa

Monografia apresentada, como requisito para aprovação de Trabalho de Conclusão de Curso, ao Curso de Comunicação Social – Rádio e Televisão da Faculdade Canção Nova.

Aprovado em 03 de dezembro de 2025.

BANCA EXAMINADORA

Ana Lucília Paixão Rodrigues

Prof. Me. Ana Lucília Paixão Rodrigues

Faculdade Canção Nova

Henrique Alckmin Prudente

Prof. Dr. Henrique Alckmin Prudente

Faculdade Canção Nova

Rômulo Barros

Convidado externo

Cachoeira Paulista/SP

2025

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pelo dom da vida e pelas graças concedidas nesta etapa acadêmica, por me conceder discernimento e perseverança para concluir este trabalho.

Aos meus pais que trabalharam incansavelmente para que eu tivesse acesso a uma educação de qualidade e foram meus primeiros professores, fundamentais na escola da vida. Agradeço por cada ensinamento, pela paciência, cuidado e sabedoria com que conduziram minha trajetória pessoal e acadêmica. Obrigada por acreditarem nos meus sonhos e sustentarem minhas escolhas. Este trabalho é também resultado do amor, do exemplo e do apoio incondicional que sempre me ofereceram. Obrigada por acreditar no meu potencial!

À Faculdade Canção Nova, pois este trabalho é fruto do acolhimento e apoio que recebi. Cada disciplina, projeto, visita técnica e orientação vivenciados nos últimos anos contribuíram significativamente para minha construção profissional, espiritual e pessoal. Sou profundamente grata pela estrutura oferecida e pela missão da Faculdade Canção Nova.

À minha orientadora, Prof. Me. Ana Lucília Paixão Rodrigues, deixo registrada minha profunda gratidão pela competência, disponibilidade e comprometimento com os temas que permeiam esta pesquisa. A senhora é um exemplo de profissional para mim!

Agradeço também aos professores Dr. Henrique Alckmin Prudente e Dr. Marcos Jolbert Cáceres Azambuja, que com rigor acadêmico e paciência, solucionaram minhas dúvidas e acompanharam de perto a construção deste trabalho ao longo de todo esse ano.

Estendo meus agradecimentos a todos os professores que contribuíram para minha formação ao longo dos últimos três anos: Prof. Esp. Denise Lobato Villela Claro, Prof. Me. Danielson de Oliveira Freire, Prof. Me. Darwin Rodrigues Mota, Prof. Me. Fernanda A. Z. de O. Aquino, Prof. Me. Ioná Marina M. Piva Rangel, Prof. Me. Luiz Gustavo Uchoa da Silva, Prof. Me. Patrícia Januária S. C. Barbosa, Prof. Me. Raphael Leal de Oliveira Sanches, Prof. Dr. Roberto Marcelo da Silva e Prof. Me. Rodolfo Anderson B. de Aquino. Obrigada por todo o zelo com as disciplinas lecionadas!

Aos meus colegas de classe que compartilharam comigo desafios, conquistas e aprendizados cotidianos, deixo meu sincero agradecimento. Em especial, menciono Maria Luiza Ferreira Ribeiro, Beatriz Valdez de Oliveira, Ana Carolina Fontes de Araújo e Thales Gabriel da Silva Beraldo, pelos diversos trabalhos desenvolvidos em conjunto.

Agradeço a Josué Antunes de Oliveira que esteve ao meu lado ao longo desta caminhada. Suas palavras de incentivo e apoio foram essenciais em etapas nas quais pensei em desistir.

Aos meus amigos da Pastoral Universitária e aos padres que tão carinhosamente me aconselharam e rezaram pela minha vocação e profissão, agradeço pelo acolhimento e apoio espiritual.

EPÍGRAFE

“Nós sabemos, a partir da nossa própria experiência de contar histórias conseqüentes sobre nós mesmos, que há um lado inelutavelmente ‘humano’ na produção de significado”. (BRUNER, 1997).

Resumo

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo analisar a construção narrativa de Lucca, campeão da primeira edição do *reality show Estrela da Casa*, a partir da Jornada do Herói e da Semiótica Peirceana. O estudo investiga como um formato televisivo não ficcional mobiliza estruturas narrativas consagradas para gerar sentido e identificação no público. O método adotado é qualitativo e bibliográfico, explorando os conceitos de Joseph Campbell e Christopher Vogler quanto a Jornada do Herói, as contribuições de Lúcia Santaella acerca dos escritos de Charles Sanders Peirce e José Carlo Aronchi de Souza sobre categorias, gêneros e formatos televisivos, também há uma breve apresentação do *reality* analisado. A investigação permitiu identificar as etapas do participante desde o Chamado à Aventura até o Retorno com o Elixir, evidenciando como sua trajetória reflete a Jornada do Herói. A Semiótica Peirceana abordou possibilidades dos sentidos produzidos ao longo do programa.

Palavras-chave: reality show; narrativa; jornada do herói; semiótica; estrela da casa.

Abstract

This Capstone Project analyzes the narrative construction of Lucca, winner of the first edition of the reality show *Estrela da Casa*, through the frameworks of The Hero's Journey and Peircean Semiotics. The study examines how a non-fictional television format utilizes established narrative structures to evoke meaning and foster audience identification. The methodology is qualitative and bibliographic, drawing on Joseph Campbell and Christopher Vogler's concepts of The Hero's Journey, Lúcia Santaella's interpretations of Charles Sanders Peirce's semiotics, and José Carlos Aronchi de Souza's work on television categories, genres, and formats. There is also a brief presentation of the reality show under analysis. The investigation traces the stages of Lucca's journey from the Call of Adventure to the Return with the Elixir, demonstrating how his trajectory embodies The Hero's Journey. Through Peircean Semiotics, the study explores the range of meanings generated throughout the program.

Palavras-chave: reality show; narrative; the hero's journey; semiotics; *estrela da casa*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Categorias e gêneros dos programas na TV brasileira.....	17
Figura 2 - Relação entre categoria, gênero e formato televisivo.....	18
Figura 3 - Relação entre entretenimento, reality show e seus formatos.....	19
Figura 4 - Estrutura tripartida.....	35
Figura 5 - O modelo da Jornada do Herói.....	43
Figura 6 - Os arquétipos como emanções do Herói.....	47
Figura 7 - Crescimento de audiência dos reality shows musicais: 2021 x 2020..	61
Figura 8 - As temáticas de reality shows preferidas do público.....	62
Figura 9 - Boninho e Rodrigo Dourado, criadores do Estrela da Casa.....	63
Figura 10 - Katy Perry no Estrela da Casa.....	64
Figura 11 - Mural da casa.....	65
Figura 12 - Workshop e Prova da Estrela.....	66
Figura 13 - Dinâmica da Semana.....	67
Figura 14 - Críticas a primeira edição.....	69
Figura 15 - Lucca e seu irmão, Juann.....	71
Figura 16 - Lucca recebe a notícia de que participará do programa.....	74
Figura 17 - Lucca entra na casa.....	75
Figura 18 - Lucca urina durante prova de resistência.....	76
Figura 19 - Comentários do público sobre a atitude de Lucca na prova de resistência.....	77
Figura 20 - Lucca ganha o primeiro Hitmaker da temporada.....	79
Figura 21 - Lucca quase sai da competição.....	80
Figura 22 - Lucca disputa Duelo com Nick.....	81
Figura 23 - Comentários do público sobre o Duelo entre Nick e Lucca.....	82
Figura 24 - Lucca é consagrado campeão do Estrela da Casa.....	83
Figura 25 - Comentários do público sobre Lucca campeão do Estrela da Casa.	84
Figura 26 - Análise Semiótica do campeão Lucca.....	85

Sumário

INTRODUÇÃO.....	12
1. CATEGORIAS, GÊNEROS E FORMATOS TELEVISIVOS.....	16
1.1 Gênero Reality Show.....	19
1.1.1 Formato ao vivo.....	23
1.1.2 Formato capítulo.....	24
1.1.3 Formato interativo.....	24
1.1.4 Formato entrevista.....	25
1.1.5 Formato game show.....	26
1.1.6 Formato musical.....	28
1.1.7 Formato videoclipe.....	28
2. CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS.....	30
2.1 Conceito e definição.....	31
2.2 Narrativas Audiovisuais.....	33
2.2.1 As narrativas nos Reality Shows.....	35
2.3 Jornada do Herói.....	37
2.3.1 Estrutura da Jornada.....	38
2.3.2 Arquétipos.....	43
3. SEMIÓTICA.....	52
3.1 Semiótica Peirceana.....	53
3.1.1 Semiótica Peirceana e a Imagem.....	57
3.1.2 A teoria peirceana como ferramenta metodológica para análises semióticas..	58
4. ESTRELA DA CASA.....	61
4.1 Dinâmica.....	64
4.1.1 Segunda edição.....	69
4.2 Lucca.....	70
5. ANÁLISE COM BASE NA JORNADA DO HERÓI E NA SEMIÓTICA PEIRCEANA.....	73
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	86
REFERÊNCIAS.....	88

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas os *reality shows* vêm crescendo como um dos formatos televisivos que alia sucesso e apelo popular, principalmente por conta do auxílio da internet. Esse gênero mistura elementos da vida real com estratégias narrativas da ficção, cativando o público ao explorar histórias pessoais de superação, conflito e transformação.

E se o programa obteve o sucesso que se conhece, é, sem dúvida, menos pelo que possui de novidade e mais pelo fato de que ele deve ter correspondido a aspirações bem-ancoradas no ser humano: o desejo de estar em vários lugares ao mesmo tempo (ubiquidade) e de penetrar na cabeça dos outros (omnisciência), faculdade que se atribui a Deus. (JOST, 2007, p. 40).

Ao longo das últimas décadas, os *reality shows* têm revelado personagens que ultrapassam a simples condição de participantes e se consolidam como verdadeiros heróis dentro da narrativa televisiva. Exemplos como o da campeã do *Big Brother* Brasil 21, Juliette Freire, vencedora com 90,15% em uma votação que contou com 633.284.707 votos, de acordo com o site *Gshow*, demonstram como a trajetória de determinados competidores ganha força, mobilizam o público e constroem figuras carismáticas que transcendem o programa em si. Esse fenômeno desperta curiosidade por evidenciar uma possível aplicação de técnicas narrativas típicas da ficção em um gênero que apresenta como propósito retratar a realidade. Desse modo, surge a seguinte pergunta fundamental: O que se pode depreender, em um estudo qualitativo de caráter bibliográfico, sobre a utilização da Jornada do Herói, enquanto recurso narrativo e a proposta do real que o *reality show* deseja transmitir?

Sendo assim, esta Monografia analisa como foi construída a narrativa de Lucca, campeão da primeira edição do *reality Estrela da Casa*, a partir da Jornada do Herói e da Semiótica Peirceana. Para isso, se tem como objetivo secundário conceituar o *reality show* de acordo com seu gênero, formato e categoria que está inserido; apresentar a estrutura e os arquétipos da Jornada do Herói; aplicar a semiótica como método de análise para identificar os signos, códigos e estratégias narrativas presentes na trajetória de Lucca em *Estrela da Casa*.

A relevância desta pesquisa está em demonstrar como formatos ditos “não ficcionais” utilizam estruturas narrativas consagradas, como a Jornada do Herói, para construir sentido e engajamento. Dessa maneira, embora exista uma produção

acadêmica significativa sobre *reality shows*, a aplicação da Jornada do Herói e a Semiótica na análise da trajetória do vencedor ainda constitui uma abordagem pouco explorada. Ao tomar como objeto a narrativa construída em torno do campeão Lucca, este estudo busca contribuir para o campo acadêmico da comunicação, ampliando a compreensão sobre a utilização de estratégias narrativas na televisão contemporânea e seu papel na promoção da identificação ou repulsa do público. Além disso, a pesquisa contribui e utiliza-se de diversos ramos do meio acadêmico (como psicologia, marketing, sociologia e antropologia) na medida em que a comunicação é um campo amplo.

A relevância social deste estudo reside na presença constante dos *reality shows* na televisão e nas redes sociais, o que faz com que exerçam influência direta sobre os comportamentos, valores e modos de pensar do público. A partir da observação da “engenharia narrativa” por trás do sucesso desses programas, capazes de mobilizar centenas de milhões de votos, busca-se compreender a força com que a televisão constrói figuras carismáticas que transcendem o próprio formato. Assim, propõe-se refletir sobre a maneira como o público é levado a identificar-se com determinados personagens, reforçando ou questionando padrões sociais e culturais.

Quanto ao âmbito pessoal, o interesse da autora surge do fascínio em observar interações humanas e do desejo de investigar como a Jornada do Herói pode ser aplicada em pessoas comuns ao ponto de transformá-las em protagonistas de um conteúdo televisivo. Logo, a pesquisa une o gosto por narrativas e televisão a uma perspectiva crítica e técnica, essencial para a formação em Comunicação Social e para o uso consciente das estratégias narrativas no mercado profissional.

O presente Trabalho de Trabalho de Conclusão de Curso pertence à área de conhecimento das Ciências Sociais Aplicadas e tem como base o método qualitativo com foco na pesquisa exploratória, por meio do levantamento de conteúdos bibliográficos sobre categorias, gêneros e formatos televisivos, jornada do herói e semiótica, conforme os projetos de pesquisa propostos por Antônio Carlos Gil. Possuindo como base a tabela desenvolvida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), classifica-se a presente pesquisa na grande área das Ciências Sociais Aplicadas, na área da Comunicação e subárea

da Comunicação Visual e Cinema. Outra classificação é apresentada pela Cine Brasil, como grande área são vistas as Ciências Sociais, Comunicação e Informação, na área da Comunicação e Reportagem, pertencendo a subárea do Rádio, TV e Internet.

No primeiro capítulo, o principal autor é José Carlos Aronchi de Souza. A partir disso, são apresentados os conceitos introdutórios de categorias, gêneros e formatos televisivos, por meio da ótica de Arlindo Machado, François Jost e Lúcia Santaella. Posteriormente, para compreensão do gênero *reality show* foram citados Cosette Castro, Guy Debord, Karina Trevisan, Paula Sibilia e Suzana Kilpp. Os autores Bruno Rogério Tavares e Cláudio Ferreira também foram citados nos tópicos sobre formatos. Nesse mesmo capítulo, para contextualizar o fenômeno dos *reality shows* no cenário contemporâneo, foram utilizados os dados das pesquisas MindMiners e Kantar Ibope Media, realizadas em 2021, a fim de compreender o comportamento do público e o consumo de mídia.

O segundo capítulo dedica-se à construção das narrativas, iniciando-se pela conceituação de Jerome Bruner Juliana Teixeira e Silva, Paul Ricoeur, Roland Barthes, Syd Field, Tzvetan Todorov e Roberto Edson de Almeida, sendo os dois últimos também citados no tópico seguinte. Em seguida, é avançado para a discussão acerca das narrativas audiovisuais com o auxílio de Flávio Campos e Muniz Sodré. Posteriormente, o capítulo concentra-se na narrativa presente nos *reality shows*, a partir dos escritos de Cosette Castro, Cláudio Ferreira, Esther Hamburger e Suzana Kilpp. Para a Jornada do Herói, utilizou-se o autor Joseph Campbell como principal autor contando com o auxílio de Christopher Vogler, uma vez que o segundo aplicou a obra anterior para desenvolver roteiros no audiovisual. Nesse tópico, também foi utilizado Carl Gustav Jung, psicólogo responsável por propor que os arquétipos são padrões simbólicos e formas de comportamento que se repetem ao longo das culturas porque pertencem ao inconsciente coletivo. Por fim, para exemplificar alguns arquétipos, foram feitas citações referentes aos filmes *Alice no País das Maravilhas* (2010), *Harry Potter e a Pedra Filosofal* (2001) e *Shazam* (2019).

Para que fosse possível realizar a análise proposta, desenvolveu-se um capítulo sobre a Semiótica. A partir dos diversos estudos de Charles Sanders Peirce, através da ótica de Lúcia Santaella e Winfried Nöth foram apresentados os

conceitos da Semiótica, compreendidas as bases da teoria peirceana, sendo possível correlacionar tais conceitos com a imagem e compreender quais critérios podem ser aplicados em uma análise. Considerando o crescimento dos estudos semióticos e sua crescente relevância no campo acadêmico, esta abordagem representa uma oportunidade de aprofundar a compreensão sobre a construção narrativa e simbólica em formatos televisivos contemporâneos.

O *reality show Estrela da Casa* foi desenvolvido pela TV Globo e lançado em 2024. A partir disso, são apresentados no quarto capítulo toda a composição e fatos relevantes sobre o programa, como: a dinâmica e uma comparação entre ambas as temporadas realizadas até o momento, uma vez que o *reality* teve apenas duas edições, somam-se informações sobre o campeão da primeira edição, objeto deste trabalho. Para isso foram consultados sites de notícias, sendo: *Gshow*, *Exame*, *O Globo*, *O Tempo*, *Extra*, *CNN* e *GQ*. Também foram retomados dados das pesquisas *MindMiners* e *Kantar Ibope Media*, realizadas em 2021.

Diante do exposto, este Trabalho de Conclusão de Curso organiza-se em quatro momentos metodológicos principais: em primeiro lugar, são vistos os fundamentos teóricos acerca dos gêneros e formatos televisivos, com destaque para o *reality show*; em seguida, discute-se a Jornada do Herói e sua aplicação como recurso narrativo na televisão contemporânea, em especial, no conteúdo que visa demonstrar a realidade; posteriormente, para fins da análise, são apresentados os conceitos que regem a Semiótica, obtendo como foco a semiótica peirceana e sua aplicabilidade; a partir disso, foi possível realizar a análise das cenas adotando na aplicação metodológica: tudo o que é visto em um primeiro momento pelo intérprete (primeiridade), o significado para Lucca (secundidade) e, posteriormente, os efeitos causados no público (terceiridade); por fim, é compreendido o programa *Estrela da Casa* sob a visão de sua origem e dinâmica. Em vista disso, busca-se não apenas examinar a construção narrativa do participante, mas também contribuir para o debate acadêmico sobre a relevância cultural e comunicacional dos *reality shows*, uma vez que são espaços privilegiados para discutir a articulação entre entretenimento, estratégias narrativas e o impacto disso na sociedade. Ao final deste Trabalho de Conclusão de Curso são apresentados os resultados da análise.

1. CATEGORIAS, GÊNEROS E FORMATOS TELEVISIVOS

Há cerca de cem anos a televisão vem aprimorando e desenvolvendo os gêneros e formatos em consonância com os avanços tecnológicos, com as necessidades e interesses dos telespectadores.

Para termos uma idéia das transmutações que estão se operando no mundo da linguagem, basta lembrar que, ao simples apertar de botões, imagens, sons, palavras (a novela das 8, um jogo de futebol, um debate político...) invadem nossa casa e a ela chegam mais ou menos do mesmo modo que chegam a água, o gás ou a luz. (SANTAELLA, 2001, p. 12).

Portanto, para compreender a formação e idealização de um determinado programa, torna-se necessário identificar não apenas sua construção narrativa, mas também suas particularidades estruturais. José Carlos Aronchi de Souza (2004) destaca não apenas os gêneros e os formatos como importantes para a compreensão técnica da construção e composição de um programa, mas inclui a categoria como outro aspecto relevante, dizendo:

Deve-se ressaltar que a categoria de um programa de TV nos ajuda a entender o que dizemos de determinado gênero de programa. Geralmente, quando falamos sobre a ideia de gênero, assumimos que as categorias realmente existem e sabemos o que são elas. Por isso, é necessário entender o que é categoria, antes de estudarmos os gêneros na televisão, nas artes ou em outros meios de comunicação. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 50).

Aronchi de Souza (2004) propõe as categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros (que inclui programas especiais, religiosos e eventos). Essa organização contribui para compreender como os programas se estruturam e evidencia como a televisão diversifica suas ofertas para atender a diferentes interesses do público. Para simplificar o autor apresenta uma tabela que sistematiza as categorias, gêneros e formatos, como se observa:

Figura 1 - Categorias e gêneros dos programas na TV brasileira

CATEGORIA	GÊNERO
Entretenimento	Auditório • Colunismo social • Culinário • Desenho animado • Docudrama • Esportivo • Filme • <i>Game show</i> (competição) • Humorístico • Infantil • Interativo • Musical • Novela • <i>Quiz show</i> (perguntas e respostas) • <i>Reality show</i> (tv-realidade) • Revista • Série • Série brasileira • <i>Sitcom</i> (comédia de situações) • <i>Talk show</i> • Teledramaturgia (ficção) • Variedades • <i>Western</i> (faroeste)
Informação	Debate • Documentário • Entrevista • Telejornal
Educação	Educativo • Instrutivo
Publicidade	Chamada • Filme comercial • Político • Sorteio • Telecompra
Outros	Especial • Eventos • Religioso

Fonte: Aronchi de Souza, 2004, p. 92.

Apesar do termo “gênero” possuir diversos significados na Língua Portuguesa, no contexto televisivo é utilizado para categorizar e agrupar programas de TV de acordo com suas características específicas. A partir disso, Aronchi de Souza (2004) explica:

O estudo do gênero dos programas exige a compreensão do desenvolvimento da televisão sob vários aspectos, inclusive o tecnológico. A identificação dos recursos para produção de um gênero permite escolher a tecnologia de áudio, os efeitos especiais no vídeo, o uso de equipamentos, enfim, as aplicações técnicas adequadas às várias produções, em canais diferentes. Com as informações sobre o desenvolvimento histórico de cada gênero, com a abordagem conceitual e técnica dos recursos utilizados e também com os resultados alcançados no vídeo, chega-se a um perfil da produção em televisão, para compreender melhor o planejamento, a organização, a criação, a implantação e a criação de programas. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 30).

O autor também afirma que os gêneros televisivos são reconhecidos não só pelos emissores e produtores, mas também pelos receptores, uma vez que a sociedade, mesmo sem um conhecimento técnico, possui familiaridade com essas classificações (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 44). Nessa mesma perspectiva, Arlindo Machado (2005, p. 29) define que “em outras palavras, os programas e os gêneros continuam sendo os modos mais estáveis de referência à televisão como fato cultural”. Dessa forma, fica explícito que o reconhecimento dos gêneros não se restringe ao âmbito acadêmico ou profissional, mas faz parte do cotidiano do

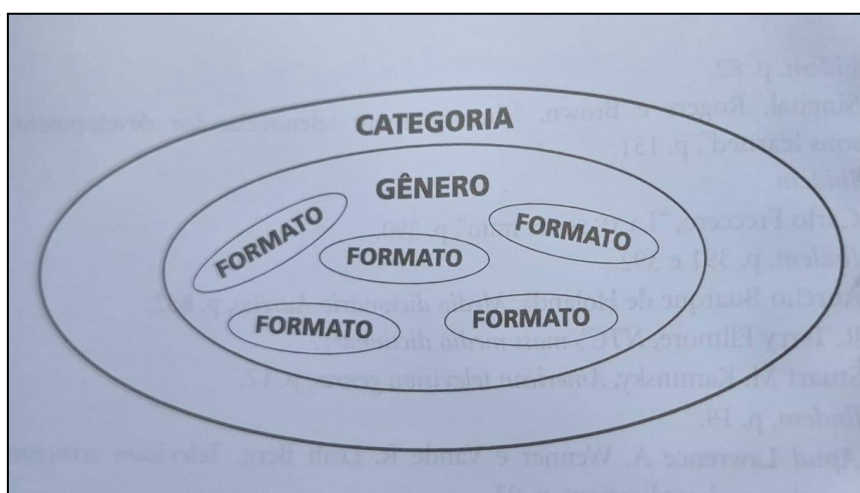
público, funcionando como ferramenta para escolha e consumo dos conteúdos televisivos. Assim, alguns dos gêneros televisivos categorizados por Aronchi de Souza (2004) são: programas de auditório, infantis, documentário, telejornal, teledramaturgia, variedades, entre outros.

Outro aspecto relevante a ser considerado é o complemento dos gêneros televisivos, o formato. Enquanto o gênero estabelece um conjunto de expectativas através da nomeação, o formato organiza e materializa o programa, definindo sua estrutura e ritmo que orientam sua realização.

O que se pode exatamente entender por formato? Em primeiro lugar, essa noção se opõe à lógica da oferta: o programa deve ser concebido para responder a uma necessidade de programação [...]. Em segundo lugar, ela supõe que o programa a ser exibido seja caracterizado por uma série de parâmetros ou de tratos estruturais, que permitam aos diferentes sujeitos envolvidos na concepção e na produção refazer indefinidamente um produto reproduzível, isto é, serializável, uma linha de produtos, como dizem certos diretores de unidades de programas. (JOST, 2007, p. 77-78).

Aronchi de Souza (2004, p. 46) acrescenta que “o formato de um programa pode apresentar-se de maneira combinada, a fim de reunir elementos de vários gêneros e assim possibilitar o surgimento de outros programas”. Sendo alguns formatos: ao vivo, institucional, auditório, episódio, entre outros. Em suma, o autor facilita a compreensão dos escritos ao acrescentá-los a um diagrama de Venn:

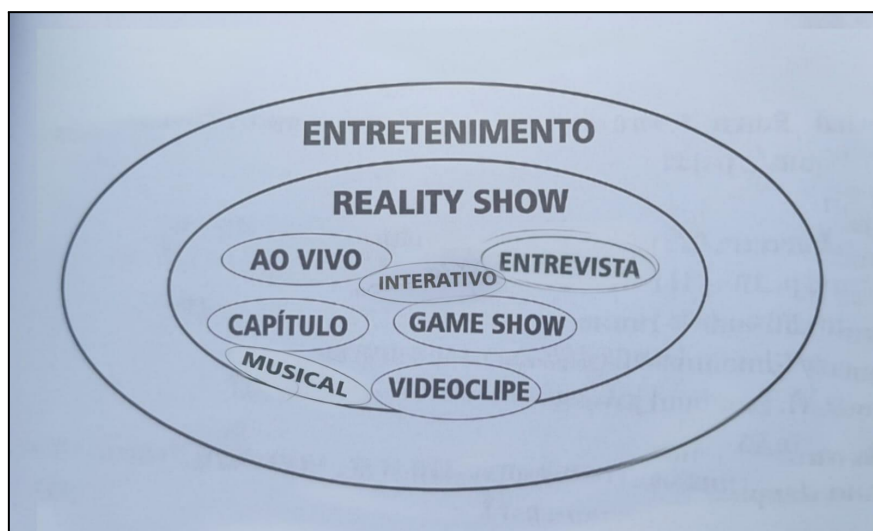
Figura 2 - Relação entre categoria, gênero e formato televisivo



Fonte: Aronchi de Souza, 2004, p. 47.

A partir do exposto, fundamentado nesses conceitos, o presente Trabalho de Conclusão de Curso compreende que o gênero *reality show* está inserido na categoria entretenimento e apoia-se nos formatos ao vivo, interativo, entrevista, *game show*, capítulo, musical e videoclipe, fator que fica representado da seguinte forma:

Figura 3 - Relação entre entretenimento, reality show e seus formatos



Fonte: Adaptado pela autora de Aronchi de Souza, 2004.

1.1 Gênero Reality Show

Historicamente, o surgimento dos *reality shows* como formato televisivo híbrido, combinando elementos de ficção e realidade remonta ao ano 1980, período em que o gênero começou a se espalhar pelas emissoras de TV ao redor do mundo.

E é exatamente nos anos 1980 que os *reality shows* - esse formato híbrido que mistura realidade e ficção - se espalham pelas emissoras de TV de todo o mundo, em maior ou menor intensidade, exibindo programas a partir da eleição dos aspectos mais dramáticos da realidade cotidiana. [...] Este conceito, com o decorrer do tempo, foi ampliado ao ponto de haver *reality shows* sobre a vida de famosos ou 'quase famosos', como ocorreu em Casa dos Artistas (SBT). (CASTRO, 2006, p. 36).

Cosette Castro (2006) também escreve sobre a diversidade temática dos *reality shows* e a capacidade de engajar diferentes públicos ao redor do mundo.

Em todo o mundo, os *reality shows* abriram espaço para diferentes temáticas, como programas para emagrecer (O Grande Perdedor,

The Big Fast), de formação de artistas (Casa dos Artistas, Operação Triunfo, Fama, Pop Stars), road movies (El Bus/O Ônibus), aventura (No Limite, Survivor, Operación Cruzué), trabalho (El Bar, O Aprendiz, Projeto 48 Horas) [...]. (CASTRO, 2006, p. 51).

Assim, François Jost (2007) expõe que o gênero atua literalmente como um espetáculo da realidade, considerando a nomenclatura "Reality show", denominação americana, [...] remete à realidade, mas sob o aspecto distanciado do show, como a maior parte dos nomes de gêneros americanos." (JOST, 2007, p. 61). Nesse ponto, Guy Debord (2016) complementa este conceito ao refletir sobre a sociedade do espetáculo, dizendo que "o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens." (DEBORD, 2016, p. 11).

Sabe-se que a maioria dos *talent shows* e *realitys* de confinamento, tipos de *reality shows* categorizados por Karina Trevizan (2011, p. 7), contam com regras e estruturas similares, eliminando um participante por semana. Essa lógica competitiva encontra ressonância na análise de Suzana Kilpp (2008) que converge ao evidenciar que a dinâmica desses programas se sustenta na competição contínua e na construção de performances estratégicas para a permanência no jogo.

Reality shows são jogos performáticos de exclusão de todos menos um, nos quais, ao mesmo tempo, cada jogador tem um perfil ao qual podem ser associados inúmeros jogadores implícitos, reconhecíveis por certas estratégias de jogo ou de sobrevivência. Neles, para vencer, basicamente é preciso não se deixar excluir, o que pode significar desde estar o tempo todo agindo em função da estratégia dos outros até ficar o tempo todo na sua. (KILPP, 2008, p. 80).

Kilpp (2008) ao analisar o *reality Big Brother* Brasil sugere também que cada participante constrói uma "persona televisiva", cuja performance é acompanhada e julgada pelo público. Outro ponto que é destacado pela autora é o papel central desempenhado pela edição e produção na construção narrativa desses programas.

A produção onipotente do programa joga com as imagens editadas dos participantes, conferindo onisciência ao público, que conhece não apenas a máscara que cada jogador usa diante dos outros, mas também a que usa para a produção do programa, sendo que a do confessorário, até por ser o confessorário e ter assim sua própria mística, seria a verdadeira. (KILPP, 2008, p. 76).

Assim, Kilpp (2008) evidencia a relação de poder entre produção, participantes e público, consolidando o espetáculo como um espaço de manipulação simbólica, em que a edição organiza o que será transmitido. Ao mesmo tempo, a lógica dos *reality shows* exige uma exposição máxima dos participantes e das relações pessoais.

[...] considerando que os reality shows operam com a lógica da “plena” exposição das relações pessoais num microcosmo social, espera-se que o jogador exiba suas máscaras, de si e de sociabilidade ao máximo, que seja extrovertido e eloquente: assim, o participante ideal é aquele que verbaliza tudo - ou quase tudo! - que pensa e que administra bem suas inibições. A exigência de extroversão soma-se, portanto, a de exibir uma aparência de naturalidade autêntica. (KILPP, 2008, p. 76).

A partir disso, convém incluir Paula Sibilia (2016) que destaca “a vida real, então, é convidada a performar e a se realizar em cena: de preferência, na visibilidade das telas.” (SIBILIA, 2016, p. 249). Nesse sentido, Kilpp (2008) acrescenta quanto aos participantes e suas relações, tratando sobre a influência do meio.

Os craques dessa seleção, fraternidade ou corporação - confinada temporariamente na casa pátria ou na casa/lar - devem exibir-se para um público que os deseja espiar, mas também devem estabelecer entre si relações [...] de aproximação e de rejeição, de cumplicidade e conspiratórias e, também para isso, a concepção do cenário precisa contribuir decisivamente. (KILPP, 2008, p. 43).

O ambiente do *reality* é projetado para potencializar a convivência, o conflito e a vigilância. Acrescenta-se, por fim, outro componente fundamental do gênero: a mediação do apresentador.

Nos *reality shows*, é o apresentador quem parece assegurar o equilíbrio da disputa e estabelecer nexos entre os mais variados recortes feitos na edição do programa. Sua posição é perspectivada, estratégica e central, e passam por ele as manifestações dos jogadores ao vivo e os diversos VTs editados na casa. (KILPP, 2008, p. 84).

Quanto ao comportamento do público, uma pesquisa realizada pela *MindMiners* em 2021, demonstrou que os *reality shows* possuem alta consolidação junto ao público brasileiro. Segundo o estudo, 90% dos entrevistados afirmaram saber o que é um *reality show* e 89% já assistiram a esse gênero, seja na televisão aberta ou fechada. Quanto às temáticas preferidas, os destaques foram:

comida/gastronomia (50%), convivência (39%) e música (31%). Além disso, 56% dos respondentes declararam assistir a *reality shows* pelo menos três vezes por semana. O levantamento também aponta que o *reality show* mais popular do Brasil é o *Big Brother Brasil*, seguido por *MasterChef* e *A Fazenda* (MindMiners, 2021).

Complementarmente, pode-se citar a pesquisa da Kantar IBOPE Media realizada em 2021, quando os *reality shows* representaram uma das formas de entretenimento mais populares no Brasil. Quanto à audiência, observou-se um crescimento de 19% na participação do público em relação ao ano anterior. Houve, no entanto, destaque para os *reality shows* musicais, que apresentaram um impressionante crescimento de 853%, e os *reality shows* voltados para empreendedorismo e negócios, que tiveram um aumento de 147% (IBOPE, 2021).

Portanto, a relevância dos *reality shows* no Brasil vai além do simples entretenimento. Os *realities* influenciam diretamente no comportamento da audiência, tanto em termos de consumo quanto de engajamento digital, configurando-se como um fenômeno cultural e social. Em um cenário onde o consumo de mídia está cada vez mais fragmentado, interativo e digitalizado, entender como o real é moldado narrativamente na televisão é fundamental para compreender os novos formatos e formas de se comunicar.

Conforme a abordagem apresentada anteriormente, pode-se descrever os *reality shows* como programas televisivos que possuem características diversas de cada formato.

O gênero *reality show* contém o formato *game show*, pois os participantes passam por provas de resistência ou esperteza [...]. Outro formato utilizado é o interativo, para incentivar o público a participar e até prejudicar a vida de alguém com quem ele não simpatiza, eliminando-o do programa. Também se utiliza a entrevista para dar voz aos participantes e realçar desavenças observadas pelo público. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 128).

Bruno Rogério Tavares (2011) destaca a influência da *Endemol* na estruturação de grandes *reality shows*, inclusive alguns importados pelo Brasil.

Em 1999 uma nova modalidade de programas começa a surgir na televisão mundial. Na Holanda, John de Mol, sócio da produtora especializada no desenvolvimento de formatos de programas Endemol, teve a ideia de criar um programa em que pessoas comuns seriam selecionadas para conviverem juntas dentro de uma mesma casa, vigiadas por câmeras, 24 horas por dia, para ganharem um prêmio. O programa foi classificado como reality show.

No ano seguinte, em 2000, no verão americano, a estreia dos programas *Survivor*, *American Idol*, *Fear Factor*, *Elimidate* e *The Fifteth Wheel* consolidaram essa onda classificada como *reality show*.” (TAVARES, 2011, p. 88-89).

Esses programas pioneiros estabeleceram algumas características que marcariam o gênero: convivência contínua, vigilância por câmeras e competição entre os participantes. No Brasil, essa lógica foi incorporada a partir do ano 2000, com a estreia de *No Limite*, na Rede Globo, que adaptou a fórmula dos *reality shows* internacionais combinando provas de resistência e a captação constante das reações dos participantes.

O *reality show*, que mistura a fórmula de um *game show* de resistência na selva com câmeras captando as reações dos participantes, chegou ao Brasil em 2000 batizado pela Rede Globo de *No limite*, após o sucesso de programas internacionais como *Survivor*, da rede americana CBS, o inglês *The 1900 house* e o espanhol *El Gran Hermano*. Todos esses seguem os mesmos princípios do filme *Truman show*, no qual a vida do personagem é vigiada por câmeras espalhadas por toda a cidade, a casa dele inclusive. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 126).

Dessa forma, a consolidação do gênero *reality show* no Brasil e no mundo evidencia a fusão entre entretenimento, competição e vigilância contínua. A seguir, são apresentados os formatos utilizados no *reality show Estrela da Casa*, objeto de estudo desta pesquisa. Esta seção tem como objetivo identificar e descrever os conceitos expostos anteriormente.

1.1.1 Formato ao vivo

Ao contrário de programas previamente gravados, o recurso da transmissão em tempo real cria a percepção de que o espectador acompanha os acontecimentos à medida que se desenrolam (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p.170).

Os *reality shows* se estruturaram em torno de dois eixos: o registro do cotidiano dos participantes e a exposição pública de seus comportamentos diante de situações específicas de confinamento, competição ou desafio. A transmissão ao vivo, nesse contexto, potencializa a experiência do telespectador ao propiciar maior proximidade entre público, programa e participantes.

O formato pode ser transmitido ao vivo, em tempo real, simultaneamente ao acontecimento, ou gravado ao vivo. Os programas transmitidos ao vivo evitam cortes e interrupções no meio da atração; é o caso de eventos esportivos e espetáculos realizados

independentemente da televisão e com público próprio. Quando há intervalo comercial, o telespectador perde o que ocorre ao vivo. Para que isso não ocorra, alguns programas podem ser gravados ao vivo para exibição posterior. Com isso, passam pela fase de pós-produção, na qual podem ser inseridos uma apresentação em estúdio, cortes ou efeitos especiais. São então editados e finalizados de acordo com o tempo determinado pela programação da emissora. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 170).

Ao trazer essa distinção entre o ao vivo imediato e o “gravado ao vivo” para exibição posterior, o autor evidencia que a transmissão em tempo real está associada a uma imprevisibilidade e autenticidade maiores, enquanto a versão gravada passa por filtros técnicos e estéticos que buscam atender às demandas da emissora e da grade de programação para que gerem resultado no público.

1.1.2 Formato capítulo

Outra característica relevante do gênero *reality show* é sua estrutura baseada no formato de capítulos, geralmente apresentados de maneira diária ao longo da semana. Ao fragmentar a exibição em episódios, o programa cria pontos de tensão, expectativa, resoluções e novos conflitos:

Por fim, os programas do gênero *reality show* seguem a formatação de capítulos diários, como se estivessem seguindo um roteiro, dada a previsibilidade do desgaste das relações e das tramas estimuladas pela direção do programa. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 128).

A partir dessa observação, o capítulo diário funciona como uma unidade narrativa que, ao mesmo tempo em que fecha um ciclo de acontecimentos, abre novas possibilidades para o episódio seguinte. Esse recurso contribui para manter o espectador em expectativa constante, estimulando tanto a audiência linear da televisão quanto as interações em outras mídias, consolidando o *reality show* como um produto serializado de grande apelo popular.

1.1.3 Formato interativo

O formato interativo compõe-se como uma das dimensões mais marcantes do *reality show*, pois aproxima a audiência do programa e possibilita que o público não seja apenas espectador, mas também participante do desenvolvimento narrativo.

A audiência é estimulada a participar por carta, fax, telefone e Internet. O formato interativo é utilizado principalmente por programas que também aplicam o formato ao vivo. Encontram-se exemplos na teledramaturgia, nos game shows, nos reality shows e nos programas de variedades, entre outros. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 173).

Dessa forma, o formato interativo, no caso específico dos *reality shows*, assume um papel central, uma vez que a participação do público (seja votando para eliminar ou salvar competidores, seja comentando em tempo real nas redes sociais) se converte em motor da narrativa. Essa lógica é reforçada quando o autor aponta que: “Outro formato utilizado é o interativo, para incentivar o público a participar e até prejudicar a vida de alguém com quem ele não simpatiza, eliminando-o do programa.” (Aronchi de Souza, 2004, p. 128).

Essa frase demonstra não apenas a força da audiência como agente na decisão, mas também a construção de um espetáculo que mobiliza emoções, rivalidades e julgamentos morais. Ao oferecer ao público o poder de eliminar participantes, o *reality show* não apenas amplia a sensação de protagonismo da audiência, mas também reforça seu caráter dramático, em que as escolhas do público se convertem em parte do roteiro coletivo.

Exemplos concretos do formato podem ser observados em programas como o *Big Brother Brasil*, no qual o público decide eliminações semanais; *MasterChef Brasil*, no qual a audiência participa votando em provas especiais e interagindo ativamente nas redes sociais; *The Voice Brasil*, que permite a escolha dos candidatos por meio de votação; e o próprio *Estrela da Casa*, *reality* em que a audiência interfere diretamente no andamento do programa, votando para determinar a permanência dos competidores e ouvindo músicas nas plataformas digitais para definir o *Hitmaker*.

1.1.4 Formato entrevista

O formato entrevista é um recurso muito utilizado nos *reality shows*. Por meio deste, os participantes têm a oportunidade de expor suas percepções, justificar atitudes ou reforçar posicionamentos diante das situações vividas no programa. Esse recurso aproxima-se do gênero jornalístico, mas adquire contornos específicos no *reality show*, tendo em vista que sua função é menos informativa e mais voltada

para intensificar conflitos e contribuir na construção da narrativa. Conforme aponta Aronchi de Souza (2004, p. 128): “Também se utiliza a entrevista para dar voz aos participantes e realçar desavenças observadas pelo público”.

Essa utilização evidencia como o *reality show* assimila e ressignifica o formato da entrevista tradicional, adaptando-o para reforçar a dimensão emocional e a identificação do público com os participantes.

Outro gênero conhecido do telespectador, a entrevista aberta, é incorporado pelo Big Brother Brasil durante as entrevistas feitas pelo apresentador com os candidatos que foram escolhidos pelo público para serem eliminados. [...] Isto faz com que o candidato, ao respondê-las, se comporte como se estivesse fazendo um depoimento, tal qual largamente utilizado em programas especiais com atores, cantores e personalidades em geral, nos quais o entrevistador está oculto. A referência audiovisual a entrevistas com personalidades pode ser entendida como uma estratégia para acostumar o público às novas celebridades que são ‘construídas’ no desenrolar do programa. (FERREIRA, 2010, p. 61).

No exemplo do *Estrela da Casa*, a entrevista é utilizada tanto em seu formato clássico (no qual os participantes revelam sentimentos e impressões sobre a convivência) quanto em momentos ligados às performances musicais, que constituem o núcleo do *reality*. Isso se aproxima da observação de Aronchi de Souza (2004, p. 120), que diz: “A cobertura ao vivo de eventos musicais, como shows e apresentações públicas, também permite entrevistas e reportagens.”

Dessa forma, o *reality* amplia a função da entrevista ao integrá-la não apenas como mecanismo de reforço dos conflitos interpessoais, mas também como recurso para a expressão artística, permitindo que os participantes comentem suas próprias performances e recebam retorno do técnico.

1.1.5 Formato game show

Os *game shows*, ou programas de jogos, constituem um dos formatos mais duradouros e populares da televisão mundial. Caracterizados por dinâmicas baseadas em desafios, perguntas e recompensas, esses programas combinam elementos de competição, sorte e conhecimento, oferecendo ao público uma experiência de entretenimento que mistura tensão, diversão e interatividade.

Os game shows são parte fundamental da cultura pop americana. Os principais aspectos básicos que fazem o game show tão popular são: surpresa, tensão, energia, excitação; prêmio (por vezes, os telespectadores, em casa, também ganham os prêmios); e os valores educativos. Ainda, hoje, elementos dos game shows fazem toda a diferença em outros formatos líderes de audiência na TV americana, como, por exemplo, os reality show. (TAVARES, 2011, p. 71).

Tavares (2011) evidencia como os recursos que compõem o *game show* podem ser incorporados a outros gêneros televisivos, sobretudo aos *reality shows*. Sendo assim, os *reality shows* incorporaram tais características utilizando diversas provas, dinâmicas e desafios. Contudo, Aronchi de Souza (2004, p. 128) observa e critica o fato de o gênero *reality show* propor provas que, em sua maioria, envolvem resistência ou esperteza, enquanto os desafios de inteligência aparecem com menor frequência. Diferentemente de programas clássicos de perguntas e respostas, como *O Show do Milhão*.

Os prêmios configuram-se como uma das estratégias centrais do *reality show*, portanto, destaca-se que:

As competições por prêmios são um dos gêneros mais constantemente explorados, em diversos formatos, dos concursos de pretendentes à carreira artística aos *game shows* de perguntas e respostas. (FERREIRA, 2010, p. 89).

Soma-se que no atual Trabalho de Conclusão de Curso o *game show* será estudado como um formato que compõem o gênero *reality show*, incorporando sua estrutura competitiva e interativa. No entanto, Tavares (2011) contrapõe:

A aplicação do termo reality show, em vários game shows, é um retrocesso ao gênero. Apesar de representar uma nova mudança na estrutura de produção, alguns formatos deixaram os estúdios de TV e são realizados em locações. Os programas que promovem competição e, ao mesmo tempo, registram a vida dos participantes, deveriam ter, no mínimo, a classificação híbrida dos dois gêneros. (TAVARES, 2011, p. 89).

Desse modo, percebe-se que a relação entre *game shows* e *reality shows* é marcada por um processo no qual elementos de um formato são incorporados ao outro, ampliando as possibilidades narrativas e interação com o público. Tornando fundamental compreender como *reality shows* contemporâneos, como o *Estrela da Casa*, utilizam a lógica competitiva dos *game shows* para estruturar sua dinâmica e potencializar o vínculo com a audiência.

1.1.6 Formato musical

O formato musical consolidou-se como uma vertente importante dentro do gênero *reality show*, especialmente, quando programas de competição vocal e de talentos ganharam espaço significativo na televisão mundial. Nesse formato a música atua como eixo central da narrativa, funcionando ao mesmo tempo como espetáculo artístico e provocando disputa entre os participantes.

Ao incorporar performances musicais, o *reality show* amplia sua dimensão, aproximando-se dos festivais de música, mas com a diferença de que a competição e a participação da audiência tornam-se parte fundamental da dinâmica. Cada apresentação é transformada em um momento de clímax, capaz de mobilizar torcidas, gerar identificação e estabelecer narrativas individuais para cada competidor.

Qualquer que seja a forma de transmissão do programa, a intenção dos musicais é dar a impressão de transmissão ao vivo, independentemente do ano de produção ou de o programa ser inédito ou reprise. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 119).

Nesse contexto, o formato combina entretenimento, espetáculo e competição. Ao mesmo tempo, legitima-se como espaço de descoberta de talentos, ao oferecer visibilidade e reconhecimento a artistas emergentes que, em muitos casos, tornam-se produtos da própria indústria midiática. Exemplos expressivos no Brasil desse formato no *reality*, são: *The Voice Brasil*, *Ídolos* e *Canta Comigo*. O *reality Estrela da Casa* também se insere nesse universo, ao adotar a música como núcleo central de sua estrutura e narrativa.

1.1.7 Formato videoclipe

O formato videoclipe ocupa um papel particular no *reality show*, pois atua como elemento capaz de transformar situações cotidianas em momentos de espetáculo. Nesse sentido, Aronchi de Souza (2004, p. 128) destaca: “O formato videoclipe é aplicado para dar um clima especial em determinadas situações, como nas relações amorosas entre os participantes.” Assim, evidencia que o videoclipe não aparece como núcleo central do *reality show*, mas como um recurso pontual utilizado para valorizar acontecimentos específicos. Desse modo, são inseridas

trilhas sonoras, efeitos visuais e montagem de cenas, a fim de criar atmosferas emocionais que intensificam a narrativa.

No caso do objeto de pesquisa do presente estudo, o *Estrela da Casa* propõe formar novos artistas e, para isso, utiliza-se do formato videoclipe. Além de ser usado para dramatizar interações entre os participantes, o programa explora o videoclipe como ferramenta de divulgação, produzindo peças audiovisuais que apresentam os competidores em performances musicais profissionais. Essa prática aproxima-se da observação de Aronchi de Souza (2004, p. 120), ao destacar que: “O videoclipe é outro formato que frequentemente faz parte da programação das redes, algumas das quais transmitem produções realizadas pelas gravadoras.”

O videoclipe, nesse contexto, transcende a função estética e se converte em produto midiático, contribuindo para a visibilidade dos artistas e para a circulação de suas músicas em diferentes plataformas. Portanto, o formato videoclipe no *reality show* pode ser compreendido como um recurso estratégico que conecta narrativa, espetáculo e mercado cultural.

2. CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS

Desde os primórdios da humanidade o ser humano percebeu que precisava se comunicar, afinal esse seria um recurso fundamental para a sobrevivência e para a perpetuação da espécie. Entre as diversas formas de se classificar a comunicação e a expressão, destaca-se a narrativa:

[...] uma narrativa é composta por uma seqüência singular de eventos, estados mentais, ocorrências envolvendo seres humanos como personagens ou atores. Estes são seus constituintes. Mas estes constituintes, por assim dizer, não têm vida ou significado próprios. Seu significado é dado pelo lugar que ocupam na configuração geral da seqüência como um todo, seu enredo ou *fabula*. [...] Uma segunda característica da narrativa é que ela pode ser "real" ou imaginária" sem perder seu poder como história. (BRUNER, 1997, p. 46-47).

Na contemporaneidade a criação e narração de histórias ainda é um fator presente na sociedade, inclusive nos veículos midiáticos, sendo utilizada na construção de: filmes, séries, novelas e também está presente nos *reality shows*.

Inumeráveis são as narrativas do mundo. Há, em primeiro lugar, uma variedade prodigiosa de gêneros, distribuídos entre substâncias diferentes, como se toda matéria fosse boa para que o homem lhe confiasse suas narrativas: a narrativa pode ser sustentada pela linguagem articulada, oral ou escrita, pela imagem, fixa ou móvel, pelo gesto ou pela mistura ordenada de todas estas substâncias; está presente no mito, na lenda, na fábula, no conto, na novela, na epopéia, na história, na tragédia, no drama, na comédia, na pantomima, na pintura [...], no vitral, no cinema, nas histórias em quadrinhos, no *fait divers*, na conversação. Além disto, sob estas formas quase infinitas, a narrativa está presente em todos os tempos, em todos os lugares, em todas as sociedades; a narrativa começa com a própria história da humanidade; não há em parte alguma povo algum sem narrativa: todas as classes, todos os grupos humanos têm suas narrativas, e freqüentemente estas narrativas são apreciadas em comum por homens de culturas diferentes, e mesmo opostas [...]. (BARTHES, 2008, p. 19).

Esse conceito é aprofundado ao longo deste capítulo, especialmente no contexto do meio audiovisual, a fim de compreender de que maneira as estruturas narrativas, em especial a Jornada do Herói, se manifestam e são aplicadas na construção de personagens e trajetórias em programas televisivos, como os *reality shows*.

2.1 Conceito e definição

A narrativa é uma ferramenta que permite organizar acontecimentos isolados em uma sequência significativa, transformando o cotidiano em histórias com começo, meio e fim. Conforme a concepção apresentada por Paul Ricoeur (1994): “Story é tomada aqui num sentido limitativo — ‘telling stories’: no sentido de uma narrativa essencialmente seqüencial, com começo, meio e fim”. (RICOEUR, 1994, p. 234). Syd Field (2001) compara essa formação sequencial à vida do ser humano e questiona: “Nascimento? Vida? Morte? Não são início, meio e fim?” (FIELD, 2001, p. 18). Ainda sobre a narrativa ser uma construção de eventos interligados, Field (2001) exemplifica sobre o roteiro:

A estrutura dramática do roteiro pode ser definida como uma organização linear de incidentes, episódios ou eventos interrelacionados que conduzem a uma resolução dramática. Como você utiliza esses componentes estruturais determina a forma do seu filme. Annie Hall (Noivo Neurótico, Noiva Nervosa), por exemplo, é uma história contada em flashback, mas tem início, meio e fim bem definidos. Last Year at Marienbad (Ano Passado em Marienbad) também, apesar de não nessa ordem. E também Citizen Kane (Cidadão Kane); Hiroshima, Mon Amour (Hiroshima, Meu Amor); Dance with Wolves (Dança com os Lobos); The Silence of the Lambs (O Silêncio dos Inocentes) e The Fugitive (O Fugitivo). (FIELD, 2001, p. 17-18).

Tzvetan Todorov (2006) aponta que a narrativa se forma a partir da tensão entre duas forças complementares:

A narrativa se constitui na tensão de duas forças. Uma é a mudança, o inexorável curso dos acontecimentos, a interminável narrativa da “vida” (a história), onde cada instante se apresenta pela primeira e última vez. É o caos que a segunda força tenta organizar; ela procura dar-lhe um sentido, introduzir uma ordem. Essa ordem se traduz pela repetição (ou pela semelhança) dos acontecimentos: o momento presente não é original, mas repete ou anuncia instantes passados e futuros. A narrativa nunca obedece a uma ou a outra força, mas se constitui na tensão das duas [...]. (TODOROV, 2006, p. 20-21).

A partir do exposto, torna-se possível acrescentar a definição elaborada por Roberto Edson de Almeida e Juliana Teixeira e Silva (2006) que complementa essa visão ao destacar que narrar um fato implica organizá-lo de forma lógica, o que requer a presença de alguns elementos.

Narrar um fato é dar-lhe uma seqüência lógica, ordená-lo. Isto requer um enredo, personagens, seqüência de fatos, cenário (ambiente) e narrador. Os programas populares constroem uma narrativa dos fatos para ordenar a realidade e apresentá-la ao público, a fim de também deixá-la mais parecida com a realidade da vida cotidiana. O real dos programas populares é mais verossímil se for ordenado e encadeado. (ALMEIDA; SILVA, 2006, p. 61).

Dessa forma, Todorov (2006) continua tratando sobre a narrativa não apenas como a reprodução de fatos, mas defende que “[...] toda narrativa é proferida para servir a um objetivo preciso que não é apenas o prazer dos ouvintes.” (TODOROV, 2006, p. 111). Isso evidencia que a narrativa possui um objetivo claro, que vai além do simples entretenimento e experiência do público. Posteriormente, Todorov (2006) defende que a narrativa não é uma série de acontecimentos, mas uma construção figurada.

Não há narrativa natural; toda narrativa é uma escolha e uma construção; é um discurso e não uma série de acontecimentos. Não existe uma narrativa “própria” em face das narrativas “figuradas” (como, aliás, não há sentido próprio); todas as narrativas são figuradas. (TODOROV, 2006, p. 107).

Vale ressaltar ainda a correlação produzida pelo autor ao relatar que “a narrativa é igual à vida; a ausência de narrativa, a morte.” (TODOROV, 2006, p. 127). Essa afirmação evidencia o papel da narrativa como estrutura, assim como a vida é composta por acontecimentos encadeados que ganham significado através da interpretação, a narrativa organiza e dá coerência às experiências, permitindo que o sujeito compreenda a si mesmo e o mundo que o cerca. Por fim, o autor reforça que um princípio da narrativa é possuir um acontecimento, uma aventura para existir: “mas sabe-se, por outro lado, que a narrativa não pode nascer se não se tiver uma aventura a relatar.” (TODOROV, 2006, p. 186).

Assim, Todorov (2006) também destaca que no desenvolvimento de uma narrativa, a função do personagem é central, pois é o ponto de referência humano que vivencia os acontecimentos.

[...] toda narrativa combina várias visões ao mesmo tempo; existem, por outro lado, múltiplas formas intermediárias. A personagem pode trapacear consigo mesma ao contar, como pode confessar tudo o que sabe sobre a história; pode analisá-la até os mínimos detalhes ou satisfazer-se com a aparência das coisas; pode apresentar-nos uma dissecação de sua consciência (o “monólogo interior”) ou uma palavra articulada; todas essas variedades fazem parte da visão que

põe em condição de igualdade narrador e personagem. (TODOROV, 2006, p. 61).

Assim, Ricoeur (2001) confirma Todorov (2006) ao dizer que: “sem personagens, não poderia permanecer uma narrativa.” (RICOEUR, 2001, p. 254). Syd Field (2001) sintetiza a distinção entre ação e personagem ao afirmar que “ação é o que acontece; personagem, a quem acontece.” (FIELD, 2001, p. 20). Complementando essa ideia, Todorov (2006) enfatiza que a narrativa só existe na interdependência entre ação e personagem.

A primeira concerne à ligação indefectível dos diferentes constituintes da narrativa: as personagens e a ação. Não há personagens fora da ação, nem ação independentemente de personagens. (TODOROV, 2006, p. 118).

Ao aprofundar a discussão sobre a construção de personagens, Field (2001) amplia sua análise ao destacar que a caracterização não se limita a atributos abstratos, mas se revela principalmente por meio de elementos observáveis e ações concretas.

Personagem é PERSONALIDADE. Todo personagem manifesta visualmente uma personalidade. [...] Personagem também é COMPORTAMENTO. A essência do personagem é ação — o que uma pessoa faz é o que ela é. (FIELD, 2001, p. 38).

No contexto audiovisual essas concepções são aplicadas de forma prática em programas televisivos, filmes, séries e *reality shows* estruturando acontecimentos cotidianos em histórias coerentes, organizando eventos, personagens e cenários de maneira a criar sentido, engajamento e identificação com o público.

2.2 Narrativas Audiovisuais

Conforme visto na seção anterior, a construção de narrativa faz parte do cotidiano das pessoas e também está presente na elaboração de roteiros para cinema e televisão. Para Flávio Campos (2007) o roteiro vai além da simples transcrição de ações ou diálogos; configura um projeto dramático que organiza os acontecimentos com intencionalidade, visando provocar reações específicas no espectador. Segundo o autor "o roteiro não se reduz a uma descrição de ações, mas

configura uma narrativa que articula dramaticamente essas ações". (CAMPOS, 2007, p. 25).

Campos (2007) também descreve os elementos essenciais à construção narrativa, destacando que a estória é composta por diversos componentes interligados.

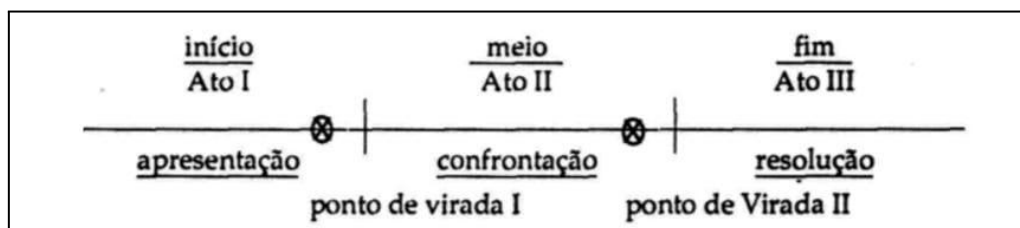
São elementos de estória, entre outros, os personagens e suas ações, os incidentes que eles geram ou vivenciam, as situações que os reúnem, os lugares pelos quais transitam, os objetos, os sons emitidos (mas não os incidentais), as falas e vozes emitidas (na imagem ou fora dela, em off, mas não as vozes incidentais, over), os flashbacks e flashforwards líricos (mas não os épicos), os letreiros (mas não as legendas), as cenas em que tudo isso é mostrado, os fios de estória que isso tudo traça e que, tramados numa narrativa, eventualmente se resumem numa storyline, emitem um tema e uma premissa. (CAMPOS, 2007, p. 75).

A partir do exposto, vê-se que programas televisivos são também formas de narrativa que refletem e constroem imagens, representações e valores sociais (FRANÇA, 2006, p. 10). Desse modo, soma-se Muniz Sodré (2010) que aprofunda essa discussão ao destacar o papel da televisão na construção simbólica do real:

Em sua tentativa de dizer o real, a televisão na verdade constroi uma realidade (aquela gerada pelo código do *medium*) na forma de um sistema de representações sociais. A representação é o modo de conhecimento ideal para a tevê, por implicar num processo basicamente imagético ou figurativo. (SODRÉ, 2010, p. 76).

Assim, percebe-se que a narrativa televisiva combina a construção técnica do roteiro, a organização dramática dos acontecimentos e a representação social, permitindo que programas audiovisuais articulem tanto a ficção quanto a percepção de realidade do público. Além disso, Campos (2007) destaca a presença de influências das estruturas clássicas no audiovisual contemporâneo, propondo a estrutura tripartida, composta por introdução, desenvolvimento e desfecho que demonstram similaridade com os três atos de Campbell (1949). Conforme aponta Campos (2007, p. 42), “essa estrutura em três atos continua sendo a forma mais funcional para se contar uma história no cinema e na televisão”. Field (2001, p.16) defenderá esse modelo como “início, meio e fim; Ato I, Ato II e Ato III. Apresentação, confrontação, resolução — as partes que compõem o todo.” Desse modo, Field (2001), ilustra essa estrutura da seguinte forma:

Figura 4 - Estrutura tripartida



Fonte: Field, 2001, p. 145

Campos (2007) reflete sobre a essência das narrativas e percebe que todas partem de uma curiosidade primordial: o desejo de observar, interpretar e compartilhar o que se vê.

Toda narrativa — filme, novela de tv, relato ao vivo, documentário, notícia de jornal ou revista, obra de literatura ou de história, conto ou carta ou telefonema — parte de bisbilhotice e, em seguida, por via de fofoca ou de exibição, narra o que bisbilhotou. (CAMPOS, 2007, p. 73).

Desse modo, torna-se possível conhecer como as narrativas estão presentes no *reality show*.

2.2.1 As narrativas nos Reality Shows

A perspectiva apresentada na seção anterior deixa explícito o desejo humano de observar o outro, permitindo correlacionar essa dinâmica aos *reality shows*. Assim, Castro (2006) observa que a prática da bisbilhotice, antes restrita ao olhar por janelas ou buracos de fechadura, é incorporada pela televisão, que traz para dentro das casas a intimidade de desconhecidos.

A diferença é que, antes da TV e dos reality shows, as pessoas olhavam os outros (vizinhos ou estranhos) escondidos atrás da janela, pelo buraco da fechadura ou do olho mágico; hoje o outro, esse desconhecido, independente de sexo, idade, religião, ideologia ou cultura, entra na casa de cada um de nós oferecendo sua intimidade através da televisão. (CASTRO, 2006, p. 32-33).

Nesses programas, a narrativa não se limita ao registro dos acontecimentos, mas é estrategicamente construída por meio de procedimentos semelhantes aos

utilizados pelas telenovelas. Desse modo, Ferreira (2010) evidencia como a edição sonora desempenha papel importante na composição dessas produções.

Há a seleção de músicas que reforçam situações tristes (como um desentendimento amoroso), um momento dramático (discussão entre duas participantes), uma situação cômica (tentativa do grupo de enganar um participante) ou um clima de terror (colagem de diálogos sobre o medo que os participantes têm dos ruídos ouvidos na casa). Algumas cenas do programa mostram os participantes em atos cotidianos (ler, tomar sol, dormir) utilizando a trilha sonora ao fundo, sem a ocorrência de diálogos ou comentários individuais. Como nas telenovelas, a utilização da trilha sonora em cenas sem diálogos, para reforçar estados de espírito ou para ilustrar atividades cotidianas, provoca uma quebra na narrativa audiovisual, o que no caso deste reality-show, no qual a diversificação visual é limitada pela casa cenário, imprime ritmo mais ágil ao programa. (FERREIRA, 2010, p. 57).

Portanto, evidencia-se como a narrativa dos *reality shows* é intencionalmente construída pela produção e pela edição, aproximando-se, em vários aspectos, da lógica ficcional das telenovelas. A edição de texto e de imagens organiza os acontecimentos de modo a criar histórias que exploram o perfil de cada participante, atribuindo-lhes funções narrativas reconhecíveis pelo público.

A edição de texto e de imagens do programa é articulada para construir histórias a partir do perfil de cada participante a ser explorado. Como nas telenovelas, a emissora criou, por meio da ênfase em diálogos e situações, papéis e perfis comuns aos enredos telenovelistas, tais como a mocinha (Juliana), a vilã (Thalita), a amiga (Bianca), a ninfomaníaca desbocada (Natália), a hiperativa (Tathiana), o boa-praça (Marcos), o "garoto mau" (Fernando). A seleção do conteúdo dos diálogos enfatiza esta divisão de papéis, privilegiando as frases fortes, que representam situações e sentimentos próprios a cada personagem. (FERREIRA, 2010, p. 55-56).

Quanto ao herói, também conhecido por outros nomes, como mocinho, que é apresentado em seguida e que conta com vilões ao longo de sua jornada, Ferreira (2010) estabelece uma analogia entre o público de *reality shows* e os telespectadores de telenovelas, ao afirmar que “acostumado a torcer pelo mocinho ou pelo vilão das telenovelas, o público tem a oportunidade de se envolver com personagens reais e se espelhar nos participantes da competição.” (FERREIRA, 2010, p. 136).

No Brasil os *reality shows* operam fortemente sobre o imaginário televisivo da população, construindo uma “brasilidade televisiva” que se manifesta na seleção

dos participantes, na invenção de traços pessoais e na ênfase nos aspectos do vencedor (KILPP, 2008, p. 25).

À semelhança do que ocorre em outros mundos imaginados, big brothers e artistas reality são personas construídas num coletivo que as irmana, distintivamente, umas às outras, a partir de processos de sociabilidade e práticas identitárias. Ora, desde os nomes dos programas (Casa dos Artistas e Big Brother Brasil), há sentidos identitários sendo enunciados às personas reality, que devemos entender como nossos irmãos ou como os artistas que também podemos ser. Depois, selecionados como indivíduos que são parte de uma multidão solitária e anônima (ou quase) de brasileiros, esses irmãos e artistas passam o tempo todo, sob nossas vistas, por uma série de rituais reality de personalização, em muitos aspectos semelhantes aos de pessoalização que temos na sociedade brasileira. (KILPP, 2008, p. 83).

Outro fator interessante refere-se à recorrência de certos perfis considerados “campeões” nos *reality shows*, evidenciando padrões narrativos que se repetem ao longo das temporadas. À medida que as eliminações avançam, as edições vão delineando personagens que se tornam cada vez mais reconhecíveis pelo público, funcionando como arquétipos que retornam de edição em edição.

Na medida em que as eliminações acontecem, as edições do programa vão construindo os perfis que vão sendo replicados até se converterem em Dhominis e Elanes, figuras tão familiares que “não estão sozinhos, [pois] o Brasil tem milhões de Dhominis e Elanes”, como dirá o apresentador na abertura do programa final. (KILPP, 2008, p. 90).

Dessa maneira, a seleção de participantes, a edição de imagens, a criação de perfis e a manipulação de acontecimentos compõem apenas parte do processo. Esther Hamburger (2005) ressalta que “autores, telespectadores e produtores participam de uma espécie de jogo em que se disputa significado de tramas, personagens e estereótipos”. (HAMBURGER, 2005, p. 58).

Na sequência, é abordada a Jornada do Herói, destacando como essa estrutura narrativa clássica contribui para a construção de protagonistas nos *reality shows*.

2.3 Jornada do Herói

A estrutura da narrativa mítica, presente em diversas culturas e épocas, foi sistematizada por Joseph Campbell em sua teoria do monomito, amplamente conhecida como Jornada do Herói. Na obra *O Herói de Mil Faces*, Campbell (1949)

afirma que todos os mitos de heróis seguem uma estrutura essencialmente semelhante, que representa simbolicamente a jornada interior de transformação do ser humano. Essa dimensão simbólica e psicológica da narrativa mítica é também atestada por Carl Gustav Jung (1987).

O mito do herói é o mais comum e o mais conhecido em todo o mundo. Encontramo-lo na mitologia clássica da Grécia e de Roma, na Idade Média, no Extremo Oriente e entre as tribos primitivas contemporâneas. Aparece também em nossos sonhos. Tem um poder de sedução dramática flagrante e, apesar de menos aparente, uma importância psicológica profunda. São mitos que variam muito nos seus detalhes, mas quanto mais os examinamos mais percebemos o quanto se assemelham na estrutura. (JUNG, 1987, p.110).

Sendo assim, a Jornada do Herói não é um simples modelo artificial criado para encaixar histórias, mas uma ferramenta, uma percepção profunda de um padrão que se repete nas narrativas humanas ao longo do tempo e em diversas culturas. Torna-se oportuno citar Christopher Vogler (2006, p. 11) que afirma: “A Jornada do Herói não é uma invenção, mas uma observação”. A partir disso, será analisado seu passo a passo.

2.3.1 Estrutura da Jornada

Campbell (1949) propõe a composição dessa estrutura clássica dividida em três grandes atos, sendo: Partida, Iniciação e Retorno. O primeiro ato é composto pelo Chamado à Aventura, Recusa do Chamado, Auxílio Sobrenatural, Travessia do Primeiro Limiar e o Ventre da Baleia. A Iniciação marca a maior parte do enredo, onde é desenvolvido todo o desenrolar da história e que pode alavancar ou rebaixar a história ao final, quando ocorrem as provações do herói. Por fim, no último estágio, o herói depara-se com o Retorno ao Mundo Comum e deve demonstrar as transformações que ocorreram com ele.

Logo no início da Jornada do Herói, no primeiro ato, o herói recebe um chamado, uma convocação para uma aventura. Nesse momento, algo inesperado acontece e muda os acontecimentos rotineiros.

O Chamado à Aventura estabelece o objetivo do jogo, e deixa claro qual é o objetivo do herói: conquistar o tesouro ou o amor, executar vingança ou obter justiça, realizar um sonho, enfrentar um desafio ou mudar uma vida. (VOGLER, 2006, p.38).

É o início de um novo tempo na vida do herói e esse fenômeno pode acontecer de diversas formas, produzindo diferentes impactos.

[...] pequeno ou grande, e pouco importando o estágio ou grau da vida, o chamado sempre descerra as cortinas de um mistério de transfiguração um ritual, ou momento de passagem espiritual que, quando completo, equivale a uma morte seguida de um nascimento. O horizonte familiar da vida foi ultrapassado; os velhos conceitos, ideais e padrões emocionais, já não são adequados; está próximo o momento da passagem por um limiar. (CAMPBELL, 1949, p. 31-32).

Após o chamado inicial, Campbell (1949) propõe que o herói fará uma recusa a essa convocação, uma vez que se vê aprisionado por questões internas e externas, transformando tudo ao seu redor de forma desanimadora.

Os mitos e contos de fadas de todo o mundo deixam claro que a recusa é essencialmente uma recusa a renunciar àquilo que a pessoa considera interesse próprio. O futuro não é encarado em termos de uma série incessante de mortes e nascimentos, e sim em termos da obtenção e proteção do atual sistema de ideais, virtudes, objetivos e vantagens. (CAMPBELL, 1949, p. 35).

Por outro lado, o autor destaca que o momento da recusa pode não estar incluído em todas as narrativas.

Para aqueles que não recusaram o chamado, o primeiro encontro da jornada do herói se dá com uma figura protetora (que, com frequência, é uma anciã ou um ancião), que fornece ao aventureiro amuletos que o protejam contra as forças titânicas com que ele está prestes a deparar-se. (CAMPBELL, 1949, p. 39).

Em seguida há o encontro do herói com o mentor, esse será o conselheiro, treinador, mestre e guia da figura principal do enredo durante toda a trajetória. Esse arquétipo é apresentado a seguir, na próxima seção.

Para encerrar a Partida, fase onde o herói é apresentado ao público com suas virtudes, defeitos, inseguranças e traumas passados, ocorre a travessia do primeiro limiar. Segundo Vogler (2006, p. 40) “finalmente, o herói se compromete com sua aventura e entra plenamente no Mundo Especial da história pela primeira vez — ao efetuar a Travessia do Primeiro Limiar”. Campbell (1949) determina que a travessia do limiar está correlacionada com o que chama de ventre da baleia.

A ideia de que a passagem do limiar mágico é uma passagem para uma esfera de renascimento é simbolizada na imagem mundial do útero, ou ventre da baleia. O herói, em lugar de conquistar ou aplacar a força do limiar, é jogado no desconhecido, dando a impressão de que morreu. (CAMPBELL, 1949, p. 50).

Sendo assim, após atravessar o limiar e entrar no mundo desconhecido, o herói é provado de diversas formas, testando sua coragem, inteligência e valores.

Segundo uma metáfora que se usa muito na Disney, uma história é como um voo de avião, e o primeiro ato é o processo de carregar, abastecer, taxiar a aeronave e ir até a cabeceira da pista para a decolagem. O Primeiro Limiar é o momento em que as rodas deixam o solo e o avião começa a voar. (VOGLER, 2006, p. 136).

Nessa fase, o herói começa a construir relacionamentos essenciais, formando alianças que serão fundamentais para sua jornada, ao mesmo tempo em que identifica inimigos a serem superados, ou seja, “uma vez ultrapassado o Primeiro Limiar, o herói naturalmente encontra novos desafios e Testes, faz Aliados e Inimigos, e começa a aprender as regras do Mundo Especial.” (VOGLER, 2006, p. 40).

Vale destacar que as provas não são apenas batalhas físicas, mas podem envolver dilemas morais, descobertas sobre si mesmo e adaptações às novas regras do mundo. É um período de aprendizado intenso, onde o herói desenvolve habilidades e fortalece seu propósito, ele se transforma.

A partida original para a terra das provas representou, tão-somente, o início da trilha, longa e verdadeiramente perigosa, das conquistas da iniciação e dos momentos de iluminação. Cumpre agora matar dragões e ultrapassar surpreendentes barreiras repetidas vezes. Enquanto isso, haverá uma multiplicidade de vitórias preliminares, êxtases que não se podem reter e relances momentâneos da terra das maravilhas. (CAMPBELL, 1949, p. 62).

Ao analisar as possíveis provas sejam físicas ou psíquicas, Vogler (2006) traz um ponto de vista interessante ao comparar o segundo ato com o ambiente acadêmico.

Os testes do começo do segundo ato costumam ser obstáculos difíceis, mas não têm aquela qualidade máxima de vida-ou-morte dos eventos posteriores. Se a aventura fosse uma experiência numa faculdade, o primeiro ato equivaleria aos exames vestibulares e o estágio de testes no segundo ato seria uma série de provas intermediárias, que servem para aguçar as habilidades do herói em

áreas específicas e prepará-lo para os exames finais que ainda virão. (VOGLER, 2006, p.139).

Logo após, Campbell (1949) ao observar os mitos, propõe que após vencer as batalhas, o herói terá o “encontro com a deusa” ou um casamento. Algo relevante é descrito quando a figura principal é feminina.

E quando o aventureiro, nesse contexto, é, não um jovem, mas uma jovem, é ela quem, por suas qualidades, sua beleza ou desejo ardente, se mostra apropriada para tornar-se consorte de um imortal. Então, o celeste marido desce até ela e a conduz ao seu leito quer ela queira, quer não. E se ela o tiver evitado, as vendas lhes cairão dos olhos; se o tiver procurado, seu desejo será aplacado. (CAMPBELL, 1949, p. 67).

A etapa descrita por Vogler (2006) na sequência é a Aproximação da Caverna Oculta. O autor descreve que nesse estágio podem surgir namoros, mas a principal função é preparar o herói para o ápice da história:

No modo moderno de contar histórias, certas funções especiais caem naturalmente nessa zona de Aproximação. Quanto mais os heróis aproximam-se das portas da cidadela, bem no meio do Mundo Especial, eles podem reservar algum tempo para fazer planos, dedicar-se ao reconhecimento do inimigo, reorganizar o grupo, fortificar-se e armar-se melhor, ou talvez dar uma última gargalhada [...]. (VOGLER, 2006, p. 146-147).

Em um segundo momento, Vogler (2006) relata que nessa etapa da Aproximação da Caverna Oculta pode ocorrer uma aprovação ousada, descrita como:

Alguns heróis têm a ousadia de ir direto até a porta do castelo e pedir para entrar. Heróis confiantes e decididos escolherão esse tipo de Aproximação. Em Um tira da pesada, Axel Foley invade o terreno do inimigo várias vezes, na fase de Aproximação, abrindo caminho, deixando para trás Guardiões de Limiar e exibindo sua intenção de perturbar o mundo do oponente. (VOGLER, 2006, p. 147)

De acordo com Vogler (2006), na fase final, o herói passa por uma grande provação:

Ele enfrenta a possibilidade da morte e é levado ao extremo numa batalha contra uma força hostil. A Provação é um "momento sinistro" para a platéia, pois ficamos em suspense e em tensão, sem saber se ele vive ou morre." [...] Esse é um momento crítico em qualquer história. É uma Provação em que o herói tem de morrer ou parecer

que morre, para poder renascer em seguida. É uma das principais fontes da magia do mito heróico. As experiências dos estágios precedentes levaram a platéia a se identificar com o herói e seu destino. (VOGLER, 2006, p. 42-43).

Após esse momento ápice, Vogler (2006), defende que a etapa da Recompensa ocorre após o herói superar a provação principal e representa o momento em que ele obtém um prêmio, seja um objeto, conhecimento ou poder que o capacita a continuar a jornada. Essa conquista prepara-o para o retorno e os desafios finais que virão. Posteriormente, o herói trilha seu caminho de volta e será necessário colocar em prática tudo o que aprendeu no Mundo Especial. Desse modo, ao final de sua trajetória, o herói passa pela provação final e não é mais o mesmo. Portanto, sua história necessita de um fim.

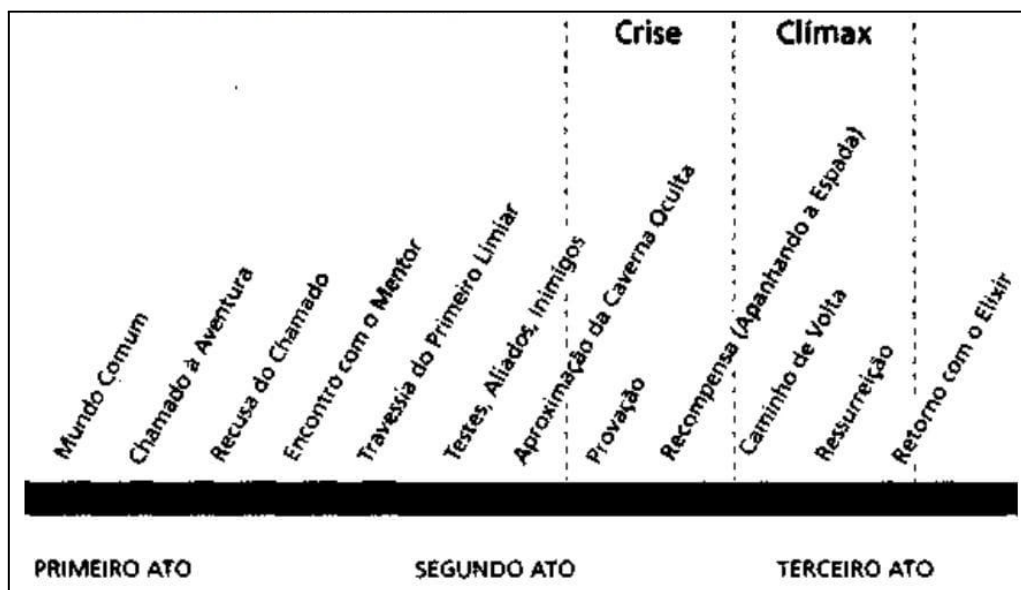
A conclusão do ciclo da infância é o retorno ou reconhecimento do herói; é o momento em que este, depois do longo período de obscuridade, tem revelado seu verdadeiro caráter. Esse evento pode precipitar uma considerável crise, pois equivale à emergência de forças até então excluídas da vida humana. Os padrões anteriores tornam-se fragmentos ou se dissolvem; o desastre se nos apresenta aos olhos. Não obstante, passado um momento de aparente massacre, o valor criativo do novo fator se manifesta e o mundo entra em forma outra vez, numa insuspeitada glória. Esse tema da crucificação-ressurreição pode ser ilustrado quer pelo corpo do próprio herói ou pelos seus efeitos sobre seu mundo. (CAMPBELL, 1949, p. 171).

Além disso, Campbell (1949) sugere que o herói vive novamente um momento desafiador, ao voltar para o seu mundo.

Se o herói obtiver, em seu triunfo, a bênção da deusa ou do deus e for explicitamente encarregado de retornar ao mundo com algum elixir destinado à restauração da sociedade, o estágio final de sua aventura será apoiado por todos os poderes do seu patrono sobrenatural. Por outro lado, se o troféu tiver sido obtido com a oposição do seu guardião, ou se o desejo do herói no sentido de retornar para o mundo não tiver agradado aos deuses ou demônios, o último estágio do ciclo mitológico será uma viva, e com frequência cômica, perseguição. Essa fuga pode ser complicada por prodígios de obstrução e evasão mágicas. (CAMPBELL, 1949, p. 116).

A seguir representa-se uma figura que sintetiza essa estrutura clássica, dividida em três atos e composta por doze estágios. A figura evidencia como a narrativa heroica é construída de forma progressiva, alertando quanto aos momentos de crise e de maior tensão, o clímax.

Figura 5 - O modelo da Jornada do Herói



Fonte: Vogler, 2006, p. 36

Para compreender as estruturas narrativas, comportamentos e até mesmo a psicologia humana é necessário identificar os arquétipos, padrões universais de personagens, símbolos e temas que aparecem repetidamente em mitos, histórias e culturas ao redor do mundo.

2.3.2 Arquétipos

Nesse tópico, serão abordados os sete principais arquétipos que compõem a Jornada do Herói. Assim, vale destacar o que é dito por Vogler (2006) “o conceito de arquétipo é uma ferramenta indispensável para se compreender o propósito ou função dos personagens em uma história” (VOGLER, 2006, p. 48). Para discutir a origem e a função dos arquétipos, é necessário compreender que esses padrões surgem de estruturas psíquicas profundas.

Outra forma bem conhecida de expressão dos arquétipos é encontrada no mito e no conto de fadas. [...] O conceito de "archetypus" só se aplica indiretamente às représentations collectives, na medida em que designar apenas aqueles conteúdos psíquicos que ainda não foram submetidos a qualquer elaboração consciente. [...] Como tal, o arquétipo difere sensivelmente da fórmula historicamente elaborada. Especialmente em níveis mais altos dos ensinamentos secretos, os arquétipos aparecem sob uma

forma que revela seguramente a influência da elaboração consciente, a qual julga e avalia. Sua manifestação imediata, como a encontramos em sonhos e visões, é muito mais individual, incompreensível e ingênua do que nos mitos, por exemplo. O arquétipo representa essencialmente um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção, assumindo matizes que variam de acordo com a consciência individual na qual se manifesta. (JUNG, 2000, p. 17).

Em seguida, discute-se o caso do homem primitivo, cuja percepção era profundamente marcada pela subjetividade e os fenômenos naturais funcionavam como espelhos dos processos psíquicos inconscientes.

O homem primitivo é de uma tal subjetividade que é de admirar-se o fato de não termos relacionado antes os mitos com os acontecimentos anímicos. Seu conhecimento da natureza é essencialmente a linguagem e as vestes externas do processo anímico inconsciente. Mais precisamente pelo fato de esse processo ser inconsciente é que o homem pensou em tudo, menos na alma, para explicar o mito. Ele simplesmente ignorava que a alma contém todas as imagens das quais surgiram os mitos, e que nosso inconsciente é um sujeito atuante e padecente, cujo drama o homem primitivo encontra analogicamente em todos os fenômenos grandes e pequenos da natureza. (JUNG, 2000, p. 18).

Trata-se, portanto, de uma descrição do inconsciente coletivo, espaço psíquico em que se estruturam os arquétipos. Jung (2000) descreve essa camada como universal, como algo que é herdado pela humanidade.

Uma camada mais ou menos superficial do inconsciente é indubitavelmente pessoal. Nós a denominamos inconsciente pessoal. Este porém repousa sobre uma camada mais profunda, que já não tem sua origem em experiências ou aquisições pessoais, sendo inata. Esta camada mais profunda é o que chamamos inconsciente coletivo. Eu optei pelo termo "coletivo" pelo fato de o inconsciente não ser de natureza individual, mas universal; isto é, contrariamente à psique pessoal ele possui conteúdos e modos de comportamento, os quais são 'cum grano salis' os mesmos em toda parte e em todos os indivíduos. (JUNG, 2000, p. 15).

Do mesmo modo, Jung (2000) observa que os arquétipos se manifestam de forma particularmente intensa em crianças pequenas, para quem a fantasia pode facilmente recobrir a percepção objetiva da realidade. Assim como ocorria com o homem primitivo.

Assim como os arquétipos ocorrem a nível etnológico, sob a forma de mitos, também se encontram em cada indivíduo, nele atuando de modo mais intenso, antropomorfizando a realidade, quando a consciência é mais restrita e fraca, permitindo que a fantasia invada

os fatos do mundo exterior. Esta condição é dada indubitavelmente na criança em seus primeiros anos. (JUNG, 2000, p. 79).

Jung (1987) reforça que os arquétipos pertencem a uma camada psíquica mais profunda e autônoma, cujas formas de expressão ultrapassam a capacidade de controle da consciência, sendo algo até instintivo e que se manifesta em mitos coletivos, nos sonhos, nos símbolos culturais e no próprio desenvolvimento psicológico humano.

Não levaram em conta o fato de que se os arquétipos fossem representações originadas em nossa consciência (ou adquiridas por ela) nós certamente os compreenderíamos, em lugar de nos confundirmos e espantarmos quando se apresentam. O arquétipo é, na realidade, uma tendência instintiva, tão marcada como o impulso das aves para fazer seu ninho ou o das formigas para se organizarem em colônias. (JUNG, 1987, p. 67-69).

Por fim, Jung (2000) enfatiza a importância de reconhecer os arquétipos como parte fundamental da experiência humana. Mesmo que não sejam plenamente compreendidos, eles mantêm o indivíduo ligado às suas raízes simbólicas e naturais.

Quer o homem compreenda ou não o mundo dos arquétipos, deverá permanecer consciente do mesmo, pois nele o homem ainda é natureza e está conectado com suas raízes. Uma visão de mundo ou uma ordem social que cinde o homem das imagens primordiais da vida não só não constitui uma cultura, como se transforma cada vez mais numa prisão ou num curral. Se as imagens originárias permanecerem de algum modo conscientes, a energia que lhes corresponde poderá fluir no homem. Quando não for mais possível manter a conexão com elas, a energia que nelas se expressa, causando o fascínio subjacente ao complexo parental infantil, retorna ao inconsciente. Desta forma, o inconsciente recebe uma irresistível carga de energia que atua quase como uma vis a ergo de qualquer pomo de vista ou tendência que nosso intelecto possa apresentar como meta à nossa concupiscentia. Deste modo o homem fica irremediavelmente à mercê de sua consciência e de seus conceitos racionais no tocante àquilo que é certo ou errado. (JUNG, 2000, p. 103).

Após perceber como surgem os arquétipos, sua manifestação no mundo e importância, torna-se imprescindível conceituar a figura principal da narrativa, o Herói. Nesse sentido, Jung (2000) ressalta que “a figura do herói é um arquétipo, que existe há tempos imemoriais” (JUNG, 200, p. 72-73). Soma-se a definição de Campbell (1949):

O herói, por conseguinte, é o homem ou mulher que conseguiu vencer suas limitações históricas pessoais e locais e alcançou formas normalmente válidas, humanas. As visões, ideias e inspirações dessas pessoas vêm diretamente das fontes primárias da vida e do pensamento humano. (CAMPBELL, 1949, p. 13).

Portanto, Campbell (1949) sugere que os heróis tocam dimensões fundamentais da existência humana. Suas ideias e inspirações não vêm de doutrinas impostas, mas de experiências vitais profundas, que ecoam nas mitologias, nos sonhos e nos símbolos universais. Também vale ressaltar que o herói não é apenas um personagem de aventuras externas, mas alguém que realiza uma jornada interior de autodescoberta e superação, o que o transforma assim como todas as pessoas comuns e, por isso, causa tanta identificação. Dessa forma, Vogler (2006) compreende que “o protagonista de toda história é um herói de uma jornada, mesmo se os caminhos que segue só conduzirem para dentro de sua própria mente ou para o reino das relações entre as pessoas” (VOGLER, 2006, p. 35). Essa afirmação demonstra que o herói é a figura principal da história que percorrerá um local, definido por Campbell (1949) como Mundo Especial, podendo ser ele físico ou psicológico. São exemplos de heróis: Shazam, Harry Potter e Alice.

Por ser a figura central, os arquétipos funcionam como desdobramentos simbólicos do próprio Herói, projetando aspectos internos da psique que se manifestam na narrativa. Dessa forma, Mentor, Aliados, Sombra, Arauto, Guardião do Limiar, Camaleão e até o “eu superior” não são entidades isoladas, mas emanções do caminho heroico, representando diferentes funções que o protagonista encontra ao longo de sua jornada.

Figura 6 - Os arquétipos como emanções do Herói



Fonte: Vogler, 2006, p. 50.

Sendo assim, Jung (2000, p. 168) resume o papel desse arquétipo na narrativa, dizendo: “o ato principal do herói é vencer o monstro da escuridão [...]”. A partir disso, é possível perceber que o herói necessita de um algoz, um vilão, ou como Campbell (1949) propõe, o arquétipo da Sombra.

Dessa forma, pode-se tratar sobre o oposto do Herói, a Sombra, que recebe esse nome por representar as trevas. Segundo Vogler (2006, p. 83) “o arquétipo conhecido como Sombra representa a energia do lado obscuro, os aspectos não-expressos, irrealizados ou rejeitados de alguma coisa”. Além disso, a presença do arquétipo não se limita apenas a antagonizar, mas cumpre uma função essencial ao desafiar o desenvolvimento do personagem principal.

A função da Sombra no drama é desafiar o herói e apresentar a ele um oponente à altura em sua luta. As Sombras criam conflito e trazem à tona o que o herói tem de melhor, ao colocá-lo numa situação que ameaça sua vida. (VOGLER, 2006, p. 84).

Portanto, esse arquétipo tem o papel de provar o Herói. O autor também ressalta a importância de que tais personagens apresentem uma personalidade

solidamente construída, capaz de conferir complexidade ao conflito e aponta que essa dinâmica pode ser observada nas produções animadas clássicas.

Os desenhos animados da Disney são memoráveis por seus vilões, como o Capitão Gancho, em *Peter Pan*, o demônio, em *Fantasia*, a rainha bela e cruel, em *Branca de Neve e os sete anões*, ou Malvina Cruela, em *Os 101 dálmatas*. Eles são ainda mais deliciosamente sinistros por causa de suas qualidades de refinamento, poder, beleza ou elegância. (VOGLER, 2006, p. 85).

Outro arquétipo importante é o Arauto, descrito por Campbell (1949) como aquele que anuncia o início de um importante acontecimento, o começo de um renascer espiritual. Dessa forma, compreende-se que o arauto é aquele que chama o herói para a jornada. Vale ressaltar que esse pode ser um personagem ou um acontecimento.

O arauto ou agente que anuncia a aventura, por conseguinte, costuma ser sombrio, repugnante ou aterrorizador, considerado maléfico pelo mundo; e, no entanto, se prosseguirmos, o caminho através dos muros do dia, que levam à noite em que brilham as joias, nos será aberto. O arauto pode ser um animal (como no conto de fadas), representante da fecundidade instintiva reprimida que está dentro de nós. Pode ser igualmente uma figura misteriosa coberta por um véu, o desconhecido. (CAMPBELL, 1949, p. 32).

Retornando aos exemplos citados anteriormente, nesse arquétipo se encaixam as cartas de Hogwarts de *Harry Potter* (2001), o Coelho Branco de *Alice no País das Maravilhas* (2010) e o trem que convoca Billy Batson para a aventura (2019).

O Mentor desempenha um papel crucial como conselheiro e treinador do protagonista. Geralmente, esse personagem aparece logo após o herói receber o Chamado à Aventura, ajudando-o a superar as dúvidas e medos iniciais. Oferece ensinamentos e, muitas vezes, ferramentas ou poderes que serão essenciais para o herói enfrentar os desafios que virão.

Esse arquétipo se expressa em todos aqueles personagens que ensinam e protegem os heróis e lhes dão certos dons. Pode ser Deus caminhando com Adão no Jardim do Éden, Merlin guiando o rei Arthur, a Fada-Madrinha ajudando Cinderela, ou um sargento veterano dando conselhos a um recruta novato. Mas a relação entre o herói e o Mentor é uma das mais ricas fontes de entretenimento na literatura e no cinema. (VOGLER, 2006, p. 62).

Ao examinar a função do Mentor nas narrativas, percebe-se que esse arquétipo se manifesta por meio de figuras dotadas de sabedoria e autoridade simbólica. Em diferentes tradições culturais, o Mentor não apenas orienta o herói, mas também representa um elo entre o mundo ordinário e extraordinário.

Não é tão incomum que o ajudante sobrenatural assuma a forma masculina. Nos contos de fadas, pode se tratar de algum ser que habite a floresta, algum mágico, eremita, pastor ou ferreiro, que aparece para fornecer os amuletos e o conselho de que o herói precisará. As mitologias mais elevadas desenvolvem o papel na grande figura do guia, do mestre, do barqueiro, do condutor de almas para o além. (CAMPBELL, 1949, p. 40-41).

É importante destacar o que diz Vogler (2006) sobre o papel desempenhado por esse arquétipo e sua limitação na narrativa: “[...] o Mentor só pode ir até um certo ponto com o herói. Mais adiante, o herói deve ir sozinho ao encontro do desconhecido”. (VOGLER, 2006, p. 39)

Na sequência do desenrolar da história, surge o que Campbell (1949) conceitua como “Travessia do Limiar”, um limite desconhecido ao herói, lá é encontrado o Guardiã do Limiar.

Tendo as personificações do seu destino a ajudá-lo e a guiá-lo, o herói segue em sua aventura até chegar ao “guardião do limiar”, na porta que leva à área da força ampliada. Esses defensores guardam o mundo nas quatro direções, marcando os limites da esfera ou horizonte de vida presente do herói. (CAMPBELL, 1949, p. 44-45).

Desse modo, Vogler (2006) complementa a compreensão desse arquétipo ao destacar que os Guardiões do Limiar podem manifestar-se sob inúmeras formas, não possuindo como função derrotar o protagonista, mas testar suas habilidades e verificar se está verdadeiramente preparado para atravessar para um novo estágio da jornada.

Nas histórias, um Guardiã de Limiar pode assumir uma fantástica variedade de formas diferentes. Podem ser guardas de fronteira, sentinelas, vigias, guarda-costas, bandidos, editores, porteiros, professores que aplicam exames de admissão, qualquer um cuja função seja bloquear temporariamente o caminho do herói e testar seus poderes. (VOGLER, 2006, p. 46-47).

Ao analisar os filmes *Shazam*, *Alice no País das Maravilhas* e *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, o arquétipo é personificado no Mago Shazam (2019), na Toca do Coelho (2010) e na Entrada de Hogwarts (2001).

Como forma de alívio da tensão da história, emerge o arquétipo do Pícaro, cuja função principal é introduzir leveza e humor ao público em momentos inesperados do enredo.

O arquétipo do Pícaro incorpora as energias da vontade de pregar peças e do desejo de mudança. Todos os personagens de uma história que são principalmente palhaços ou manifestações cômicas expressam esse arquétipo. (VOGLER, 2006, p. 87).

O Pícaro não atua apenas como elemento cômico, mas também como um agente de transformação que desestabiliza a ordem, questiona normas e impulsiona a narrativa para novos rumos. Ao tensionar e romper expectativas, cria brechas para o imprevisível, obrigando o herói, e muitas vezes o próprio universo ficcional, a reagir e se reorganizar. Isso acontece, pois esse personagem pode ser visto como caótico, astuto e/ou trapaceiro, conforme é descrito por Vogler (2006).

Os Pícaros da mitologia nos fornecem numerosos exemplos de como funciona esse arquétipo. Um dos mais divertidos é Loki, o deus norueguês dos truques e da trapaça. Como um verdadeiro Pícaro, ele serve aos outros deuses como conselheiro e assessor, mas também trama a destruição deles, solapando o status quo. É de natureza esquentada e sua energia rápida e veloz ajuda a aquecer a energia congelada e petrificada dos deuses, empurrando-os à ação e à mudança. Também traz o alívio cômico, tão necessário aos mitos nórdicos, geralmente sombrios. (VOGLER, 2006, p. 88).

O Camaleão é um arquétipo marcado pela ambiguidade, cuja atuação tende a gerar incerteza no herói e no público. Nunca se sabe se é um aliado ou um inimigo, tornando-o uma figura estrategicamente instável dentro da narrativa.

Os Camaleões mudam de aparência ou de estado de espírito. Tanto para o herói como para o público, é difícil ter certeza do que eles são. Podem induzir o herói ao erro ou deixá-lo na dúvida, sua lealdade ou sinceridade estão sempre em questão. (VOGLER, 2006, p. 78).

Em vista disso, esse arquétipo pode aparecer como personagens com dupla personalidade e que sabem quando se esconder, quando se mostrar e como se moldar ao contexto para atingir seus objetivos. Um exemplo disso é “o personagem de Michael Douglas em Tudo por uma esmeralda parece ser um Camaleão aos olhos da heroína Kathleen Turner, que, até o último momento, tem dúvidas sobre a lealdade do parceiro” (VOGLER, 2006, p. 81).

Para finalizar, Campbell (1949) destaca que determinados momentos e personagens podem se fundir, se repetir ou até mesmo estar ausentes em algumas histórias.

Muitos contos isolam e ampliam grandemente um ou dois elementos típicos do ciclo completo (o motivo do teste, o motivo da fuga, a abdução da noiva); outros encadeiam um certo número de ciclos independentes e os transformam numa série simples (tal como ocorreu na Odisseia). Diferentes personagens ou episódios podem ser fundidos (as), assim como um elemento simples pode reduplicar-se e reaparecer sob muitas formas diferentes. (CAMPBELL, 1949, p. 137).

Enquanto Campbell (1949) mostra que os arquétipos podem se transformar, fundir-se ou ressurgir sob novas formas dentro de um mesmo ciclo mítico, ou seja, uma mesma narrativa, Jung (1987) complementa essa visão ao enfatizar que essas estruturas não são rígidas, mas se adaptam conforme o contexto psíquico e cultural.

Mas desde que muitas pessoas pretendem tratar os arquétipos como se fossem parte de um sistema mecânico, que se pode aprender de cor, é importante esclarecer que não são simples nomes ou conceitos filosóficos. São porções da própria vida — imagens integralmente ligadas ao indivíduo através de uma verdadeira ponte de emoções. Por isso é impossível dar a qualquer arquétipo uma interpretação arbitrária (ou universal); ele precisa ser explicado de acordo com as condições totais de vida daquele determinado indivíduo a quem se relaciona. (JUNG, 1987, p. 96).

Com isso, compreender a Jornada do Herói permite refletir sobre a estrutura profunda das histórias que foram contadas ou assistidas, visto que dialogam com experiências humanas universais.

Cada pessoa traz dentro de si mesma o todo; por conseguinte, é possível procurá-lo e descobri-lo no próprio íntimo. As diferenciações em termos de sexo, idade e ocupação não são essenciais ao nosso caráter; não passam de trajes que utilizamos por algum tempo no palco do mundo. A imagem do homem que se acha no interior não deve ser confundida com as vestes que o envolvem. (CAMPBELL, 1949, p. 193).

Em suma, os arquetípicos são essenciais para que a narrativa aconteça. Além disso, estudar os arquétipos contribui não só para a compreensão das estruturas narrativas, mas também para reconhecer suas semelhanças com as vivências humanas.

3. SEMIÓTICA

Para análise do presente Trabalho de Conclusão de Curso, adota-se como metodologia a Semiótica. No entanto, essa é uma ciência pouco difundida na cultura popular, cujo nome pode soar de difícil compreensão em um primeiro contato. De acordo com Lúcia Santaella (2001), a palavra “[...] vem da raiz grega *sēmeion*, que quer dizer signo. Semiótica é a ciência dos signos.” (SANTAELLA, 2001, p. 7). Dessa forma, a semiótica pode ser compreendida como a ciência que estuda os processos de significação, ou seja, as formas pelas quais os signos produzem sentido. Aprofundando a conceituação, acrescenta-se que “a Semiótica é a ciência geral de todas as linguagens” (SANTAELLA, 2001, p. 7).

Vale ressaltar que, ao se classificar a Semiótica, não se trata apenas da linguagem verbal ou falada, mas de todas as formas de expressão produzidas pelo ser humano.

É no homem e pelo homem que se opera o processo de alteração dos sinais (qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo) em signos ou linguagens (produtos da consciência). Nessa medida, o termo linguagem se estende aos sistemas aparentemente mais inumanos como as linguagens binárias de que as máquinas se utilizam para se comunicar entre si e com o homem (a linguagem do computador, por exemplo), até tudo aquilo que, na natureza, fala ao homem e é sentido como linguagem. Haverá, assim, a linguagem das flores, dos ventos, dos ruídos, dos sinais de energia vital emitidos pelo corpo e, até mesmo, a linguagem do silêncio. Isso tudo, sem falar do sonho que, desde Freud, já sabemos que também se estrutura como linguagem. (SANTAELLA, 2001, p. 13).

Santaella (2001) aponta que a Semiótica apresenta três origens distintas: a norte-americana, a soviética e a desenvolvida na Europa Ocidental. Nesse contexto é explorada a primeira, a teoria norte-americana, a partir dos escritos de Charles Sanders Peirce. A escolha da Semiótica Peirceana mostra-se particularmente adequada ao objetivo deste trabalho, pois sua concepção triádica permite maior precisão na análise dos processos de significação presentes nas imagens audiovisuais, especialmente no modo como os *reality shows* constroem sentidos, afetam os telespectadores e organizam narrativas.

3.1 Semiótica Peirceana

A semiótica desenvolvida por Charles Sanders Peirce constitui uma das mais abrangentes e sofisticadas teorias sobre os processos de significação. Sobre Peirce, Winfried Nöth (1996) declara: “Sem Peirce, um panorama da semiótica no século XX ficaria, portanto, necessariamente incompleto” (NÖTH, 1996, p. 11).

A multiplicidade de campos estudados por Peirce evidenciam e sustentam a elaboração de uma teoria capaz de dialogar com diferentes fenômenos e formas de linguagem, posteriormente conhecida como Semiótica Peirceana.

A obra de Peirce é muito extensa e complexa. Ele foi um gênio polivalente. Dedicou-se às mais diversas áreas da ciência: matemática, física, astronomia, química, linguística, psicologia, história, lógica e filosofia. (SANTAELLA, 2004, p. 2).

A partir desse amplo repertório, a Semiótica Peirceana configura-se como uma perspectiva filosófica, conforme descreve Santaella (2001):

[...] a Semiótica peirceana, longe de ser uma ciência a mais, é, na realidade, uma Filosofia científica da linguagem, sustentada em bases inovadoras que revolucionam, nos alicerces, 25 séculos de Filosofia ocidental. (SANTAELLA, 2001, p. 22).

Em virtude dessa concepção ampliada, Santaella (2001) apresenta que o campo de atuação da semiótica é vasto, porém esclarece que essa ciência é rigorosamente delimitada por seu objeto.

Caracterizado o campo de abrangência da Semiótica, podemos repetir que ele é vasto, mas não indefinido, o que se busca descrever e analisar nos fenômenos é sua constituição como linguagem. Neste sentido, embora a Semiótica se constitua num campo intrincado e heteróclito de estudos e indagações que vão desde a culinária até a psicanálise, que se intrometem não só na meteorologia como também na anatomia, que dão palpites tanto ao cientista político quanto ao músico, que imprevisivelmente invadem territórios que se querem bem protegidos pelas bem demarcadas fronteiras entre as ciências, isso não significa que a Semiótica esteja sorrateiramente chegando para roubar ou pilhar o campo do saber e da investigação específica de outras ciências. Nos fenômenos, sejam eles quais forem — uma nesga de luz ou um teorema matemático, um lamento de dor ou uma ideia abstrata da ciência —, a Semiótica busca divisar e deslindar seu ser de linguagem, isto é, sua ação de signo. (SANTAELLA, 2001, p. 14).

Diante do que foi apresentado, é necessário destacar que a teoria se

organiza a partir de três categorias que estruturam tudo aquilo que pode ser percebido, pensado ou significado, são elas: primeiridade, secundidade e terceiridade. Essas categorias fornecem a base para entender como os signos operam, são interpretados e produzem sentido.

Os estudos que empreendeu levaram Peirce à conclusão de que há três, e não mais do que três, elementos formais e universais em todos os fenômenos que se apresentam à percepção e à mente. Num nível de generalização máxima, esses elementos foram chamados de primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade aparece em tudo que estiver relacionado com acaso, possibilidade, qualidade, sentimento, originalidade, liberdade, mônada. A secundidade está ligada às idéias de dependência, determinação, dualidade, ação e reação, aqui e agora, conflito, surpresa, dúvida. A terceiridade diz respeito à generalidade, continuidade, crescimento e inteligência. A forma mais simples da terceiridade, segundo Peirce, manifesta-se no signo, visto que o signo é um primeiro (algo que se apresenta à mente), ligando um segundo (aquilo que o signo indica, se refere ou representa) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete). (SANTAELLA, 2004, p. 7).

A primeiridade, na perspectiva peirceana, corresponde ao domínio das qualidades puras da experiência. Contudo, a primeiridade, embora autônoma em seu modo de ser, também prepara o terreno para a secundidade.

Primeiridade é a categoria que dá à experiência sua qualidade distintiva, seu frescor, originalidade irrepetível e liberdade. Não a liberdade em relação a uma determinação física, pois que isso seria uma proposição metafísica, mas liberdade em relação a qualquer elemento segundo. O azul de um certo céu, sem o céu, a mera e simples qualidade do azul, que poderia também estar nos seus olhos, só o azul, é aquilo que é tal qual é, independente de qualquer outra coisa. Mas, ao mesmo tempo, primeiridade é um componente do segundo. (SANTAELLA, 2001, p. 50).

A secundidade é a categoria que introduz o caráter de confronto, de oposição e de força bruta do mundo. É o momento em que algo nos afeta ou nos surpreende. Portanto, é a dimensão fenomenológica que ancora a experiência na efetividade dos fatos.

Secundidade é aquilo que dá à experiência seu caráter factual, de luta e confronto. Ação e reação ainda em nível de binariedade pura, sem o governo da camada mediadora da intencionalidade, razão ou lei. (SANTAELLA, 2001, p. 51).

Por fim, a terceiridade é responsável pela construção de inteligibilidade. Depois do potencial qualitativo da primeiridade e do confronto factual da

secundidade, é a terceiridade que permite que ambas sejam articuladas em uma síntese interpretativa. Assim, a terceiridade não apenas completa o sistema, mas também fundamenta o processo semiótico, possibilitando que qualquer fenômeno seja interpretado e representado por um intérprete.

Finalmente, terceiridade, que aproxima um primeiro e um segundo numa síntese intelectual, corresponde à camada de inteligibilidade, ou pensamento em signos, através da qual representamos e interpretamos o mundo. (SANTAELLA, 2001, p. 51).

Para aprofundar ainda mais a compreensão dessas três categorias fundamentais, é importante observar que Peirce não apenas as concebeu como princípios universais, mas também revisitou seus nomes ao longo do desenvolvimento de sua obra, buscando precisão conceitual e evitando associações equivocadas com terminologias existentes, o que revela o rigor da teoria proposta.

Em 1867, essas categorias foram denominadas: 1) Qualidade, 2) Relação e 3) Representação. Algum tempo depois, o termo Relação foi substituído por Reação e o termo Representação recebeu a denominação mais ampla de Mediação. Mas, para fins científicos, Peirce preferiu fixar-se na terminologia de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade, por serem palavras inteiramente novas, livres de falsas associações a quaisquer termos já existentes. (SANTAELLA, 2001, p. 35).

Além disso, ao compreender as categorias universais, torna-se possível avançar para a definição central da teoria peirceana: o signo. Peirce (2017) concebe o signo como um fenômeno essencial.

Um signo, ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. (PEIRCE, 2017, p. 46).

Conforme observado por Santaella (2004), Peirce amplia profundamente o alcance do que pode ser considerado signo. Esta teoria estende o campo da significação a tudo o que pode produzir sentido na relação entre mente e mundo.

[...] Peirce levou a noção de signo tão longe, que ele mesmo não precisa ter a natureza plena de uma linguagem (palavras, desenhos, diagramas fotos etc.), mas pode ser uma mera ação ou reação (por exemplo correr para pegar um ônibus ou abrir uma janela etc.). O signo pode ainda ser uma mera emoção ou qualquer sentimento ainda mais indefinido do que uma emoção, por exemplo, a qualidade vaga de sentir ternura, desejo, raiva etc. (SANTAELLA, 2004, p. 10).

Nesse amplo universo de manifestações sýnicas, é importante reconhecer que os sistemas de signos não apenas variam em sua natureza, mas também na forma de sua materialização, ou seja, alguns se constroem no espaço; outros, no tempo.

[...] alguns sistemas de signos se materializam, tomam corpo na simultaneidade do espaço, como é o caso do desenho, da pintura, gravura, escultura, arquitetura etc., enquanto outros se desenrolam, tomam corpo e se dissolvem na seqüencialidade do tempo, como a oralidade, a música, o cinema e a imagem eletrônica em geral. (SANTAELLA; NÖTH, 1997, p. 73).

Ao longo de seus escritos Peirce (2017) apresenta exemplos para demonstrar que o signo não se reduz a uma forma fixa ou a uma materialidade estável.

A palavra Signo será usada para denotar um objeto perceptível, ou apenas imaginável, ou mesmo inimaginável num certo sentido – pois a palavra "estrela", que é um Signo, não é imaginável, dado que não é esta palavra em si mesma que pode ser transposta para o papel ou pronunciada, mas apenas um de seus aspectos, e uma vez que é a mesma palavra quando escrita e quando pronunciada, sendo no entanto uma palavra quando significa "astro com luz própria" e outra totalmente distinta quando significa "artista célebre" e uma terceira quando se refere a "sorte". (PEIRCE, 2017, p. 46-47).

Nesse mesmo sentido, Santaella (2001) amplia essa compreensão ao mostrar que um mesmo objeto pode manifestar-se por meio de inúmeros signos distintos.

Por exemplo: a palavra casa, a pintura de uma casa, o desenho de uma casa, a fotografia de uma casa, o esboço de uma casa, um filme de uma casa, a planta baixa de uma casa, a maquete de uma casa, ou mesmo o seu olhar para uma casa, são todos signos do objeto casa. Não são a própria casa, nem a idéia geral que temos de casa. (SANTAELLA, 2001, p. 58).

Peirce também propõe que qualquer elemento é capaz de representar algo para alguém e pode desempenhar a função de signo. Ademais, torna-se necessário avançar na teoria proposta pelo autor e compreender o objeto e seu representante.

Em uma definição mais detalhada, o signo é qualquer coisa de qualquer espécie (uma palavra, um livro, uma biblioteca, um grito, uma pintura, um museu, uma pessoa, uma mancha de tinta, um vídeo etc.) que representa uma outra coisa, chamada de objeto do signo, e que produz um efeito interpretativo em uma mente real ou potencial, efeito este que é chamado de interpretante do signo. (SANTAELLA, 2004, p. 8).

Santaella (2004) esclarece a natureza da relação entre signo e objeto, destacando que todo signo necessariamente se refere a algo que representa.

Isso que é representado pelo signo, quer dizer, ao que ele se refere é chamado de seu objeto. Ora, dependendo do tipo de referência do signo, se ele se refere ao apuro, ou ao sofrimento ou à alegria de alguém, provocará em um receptor um certo efeito interpretativo: correr para ajudar, ignorar gritar junto etc. Esse efeito é o interpretante. (SANTAELLA, 2004, p. 8).

Diante da construção teórica apresentada, é possível compreender que ao apresentar as categorias universais da primeiridade, secundidade e terceiridade, Peirce oferece um alicerce para entender a dinâmica pela qual qualquer elemento pode atuar como signo, relacionando-se a um objeto e produzindo um interpretante. Assim, a definição do signo também pode ser vista através de uma relação triádica.

[...] na definição de Peirce, o signo tem uma natureza triádica, quer dizer, ele pode ser analisado: em si mesmo, nas suas propriedades internas, ou seja, no seu poder para significar; na sua referência àquilo que ele indica, se refere ou representa; e nos tipos de efeitos que está apto a produzir nos seus receptores, isto é, nos tipos de interpretação que ele tem o potencial de despertar nos seus usuários. (SANTAELLA, 2004, p. 5).

Após a apresentação dos principais conceitos da semiótica peirceana, torna-se possível direcionar o olhar para a aplicação desses conceitos no campo da imagem.

3.1.1 Semiótica Peirceana e a Imagem

Diante dos conceitos expostos, torna-se pertinente relacioná-los ao campo da Comunicação, especialmente no que diz respeito à arte da imagem, representada no presente Trabalho de Conclusão de Curso pela televisão.

Imagens têm sido meios de expressão da cultura humana desde as pinturas pré-históricas das cavernas, milênios antes do aparecimento do registro da palavra pela escritura. [...] Hoje, na idade vídeo e infográfica, nossa vida cotidiana - desde a publicidade televisiva ao café da manhã até as últimas notícias no telejornal da meia-noite - está permeada de mensagens visuais, de uma maneira tal que tem levado os apocalípticos da cultura ocidental a deplorar o declínio das mídias verbais. (SANTAELLA; NÖTH, 1998, p. 13).

A imagem se manifesta tanto no plano concreto quanto no plano mental. Essa dupla existência evidencia que a imagem não é apenas um objeto visual, mas também um modo de pensar e organizar o mundo.

O mundo das imagens se divide em dois domínios. O primeiro é o domínio das imagens como representações visuais: desenhos, pinturas, gravuras, fotografias e as imagens cinematográficas, televisivas, holo e infográficas pertencem a esse domínio. [...] O segundo é o domínio imaterial das imagens na nossa mente. Neste domínio, imagens aparecem como visões, fantasias, imaginações, esquemas, modelos ou, em geral, como representações mentais. (SANTAELLA; NÖTH, 1998, p. 15).

Além disso, ao considerar a imagem como signo, torna-se imprescindível compreender que não apenas representa visualmente algo, mas incorpora camadas de sentido que ultrapassam sua materialidade imediata. Isso porque toda imagem, ao remeter a um objeto ou referente, carrega consigo marcas culturais, sociais e históricas que participam de sua significação.

Ora, ao representar o referente, a imagem acaba inevitavelmente por trazer para dentro de si a historicidade que pertence ao referente. É nesse sentido que imagens figurativas podem funcionar como documentos de época. Figurinos, cenários, arquiteturas, decorações costumam aparecer como indicadores inequívocos de uma época. (SANTAELLA; NÖTH, 1998, p. 83).

Assim, a perspectiva de Santaella e Nöth (1998) reforça que as imagens não apenas mostram, mas documentam modos de vestir, cenários, escolhas estéticas e elementos culturais de seu tempo.

3.1.2 A teoria peirceana como ferramenta metodológica para análises semióticas

A amplitude e a profundidade conceitual da semiótica peirceana tornam possível sua adoção como ferramenta metodológica. Por mais que Peirce não tenha testemunhado o surgimento da maior parte das linguagens contemporâneas, sua teoria dos signos oferece fundamentos para que possam ser aplicados em análises de diversos signos atuais.

Desse manancial conceitual, podemos extrair estratégias metodológicas para a leitura e análise de processos empíricos de signos: música, imagens, arquitetura, rádio, publicidade, literatura, sonhos, filmes, vídeos, hipermídia etc. [...] Nada impede, portanto, que, sob esse aspecto imprevisto para Peirce (na sua época só existiam as fotografias, o cinema estava apenas surgindo!), sua teoria dos signos seja colocada a serviço de um maior entendimento do modo como funcionam e agem as famílias de signos que não cessam de se multiplicar pelo planeta. (SANTAELLA, 2004, p. XIV).

Os conceitos peirceanos, embora abstratos, foram concebidos para abarcar todos os signos. Desse modo, as múltiplas dimensões que a análise semiótica pode assumir permitem compreender a natureza dos signos, seus modos de referir e os efeitos que são capazes de produzir nos receptores.

Seus conceitos são gerais, mas devem conter, no nível abstrato, os elementos que nos permitem descrever, analisar e avaliar todo e qualquer processo existente de signos verbais, não-verbais e naturais: fala, escrita, gestos, sons, comunicação dos animais, imagens fixas e em movimento, audiovisuais, hipermídia etc. As diversas facetas que a análise semiótica apresenta podem assim nos levar a compreender qual é a natureza e quais são os poderes de referência dos signos, que informação transmitem, como eles se estruturam em sistemas, como funcionam, como são emitidos, produzidos, utilizados e que tipos de efeitos são capazes de provocar no receptor. (SANTAELLA, 2004, p. 4).

Nesse contexto, Santaella (2004) destaca que todo processo sógnico carrega marcas históricas, técnicas e sociais que atravessam sua produção, desde o estágio de desenvolvimento das forças produtivas até as escolhas do sujeito que o constitui. É a partir disso que se torna possível examinar criticamente os signos.

[...] em todo processo de signos ficam marcas deixadas pela história, pelo nível de desenvolvimento das forças produtivas econômicas, pela técnica e pelo sujeito que as produz. Frente a esse potencial, não há nada mais natural, portanto, do que buscar nas definições e classificações abstratas de signos, os princípios guias para um método de análise a ser aplicado a processos existentes de signos e às mensagens que eles transmitem, tais como aparecem em poemas, músicas, pinturas, fotos, filmes, matérias de jornal, dança, peças publicitárias, em qualquer meio em que essas peças possam aparecer: impresso, foto, cine ou videográfico etc. (SANTAELLA, 2004, p. 5).

Vale destacar que a semiótica não funciona como uma ferramenta automática ou um conjunto de fórmulas prontas que garantem a interpretação plena de qualquer objeto, conforme destacado por Santaella (2004). Portanto, é necessário compreendê-lo em seu contexto para que a semiótica possa ser utilizada.

Em suma, a semiótica não é uma chave que abre para nós milagrosamente as portas de processos de signos cuja teoria e prática desconhecemos. Ela funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos através dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos. Sem conhecer a história de um sistema de signos e do contexto sociocultural em que ele se situa, não se pode detectar as

marcas que o contexto deixa na mensagem. (SANTAELLA, 2004, p. 6).

A abrangência da semiótica reside na sua capacidade de analisar qualquer fenômeno como um signo ou um complexo de signos. Esta disciplina ultrapassa as fronteiras da linguagem verbal e visual, estendendo seu olhar investigativo a manifestações diversas.

É por isso que qualquer coisa pode ser analisada semioticamente, desde um suspiro, uma música, um teorema, uma partitura, um livro, publicidades impressas ou televisivas, incluindo a percepção que temos delas, na sua natureza de signos e misturas entre eles. (SANTAELLA, 2004, p. 11).

Para Peirce o primeiro passo de qualquer análise semiótica é fenomenológico sempre em correspondência com as categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade.

Assim sendo, diante de um processo de signos que se quer ler semioticamente, o primeiro passo a ser dado é o fenomenológico: contemplar, então discriminar e, por fim, generalizar em correspondência com as categorias da primeiridade, secundidade e terceiridade. (SANTAELLA, 2004, p. 29).

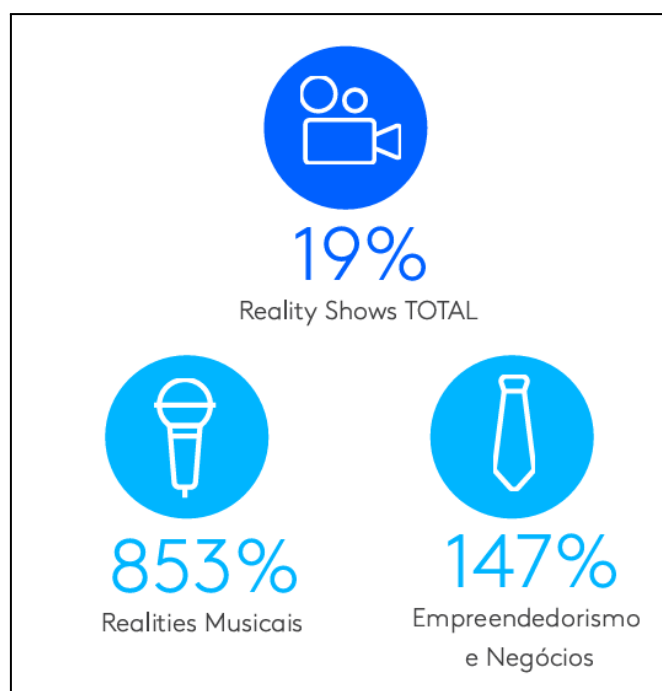
Esse procedimento orienta a análise desenvolvida neste trabalho, permitindo compreender como os signos do programa *Estrela da Casa* constroem significado.

4. ESTRELA DA CASA

Para uma compreensão aprofundada, torna-se essencial entender o objeto de estudo, o *reality show Estrela da Casa*, observando suas particularidades, o gênero ao qual pertence e o impacto no mercado atual. Dessa forma, o presente capítulo apresenta um detalhamento do programa.

Conforme a pesquisa da Kantar IBOPE Media realizada em 2021, houve um destaque para a audiência dos *reality shows* musicais que apresentaram um impressionante crescimento de 853% em comparação ao ano anterior (IBOPE, 2021). Desse modo, pode-se dizer que os dados demonstram uma tendência maior de aceitação do público quanto a esse formato.

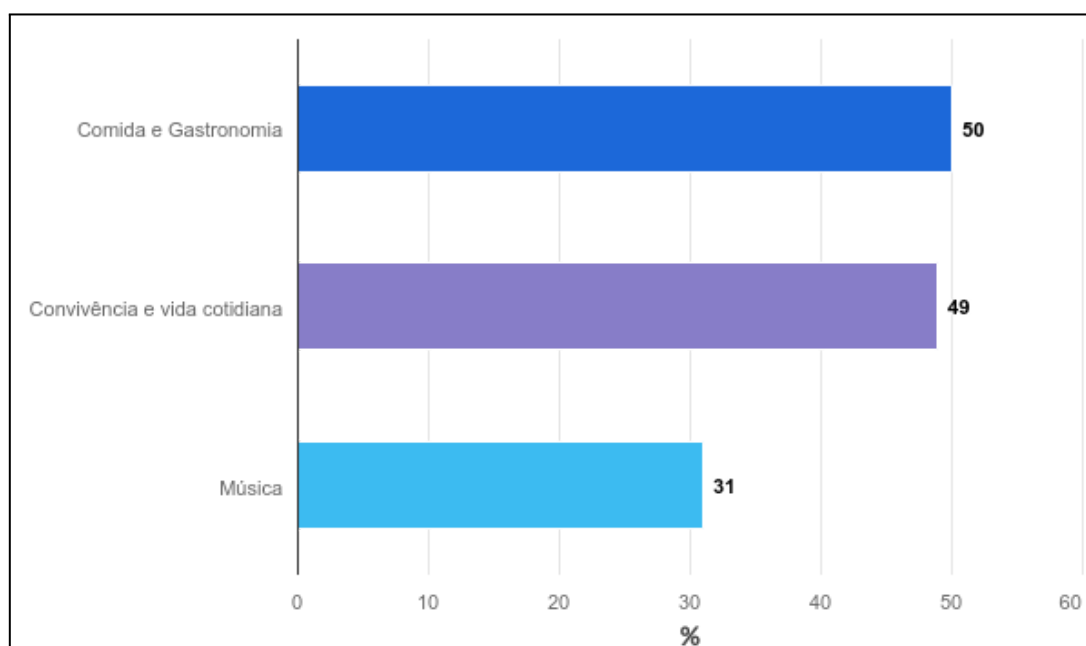
Figura 7 - Crescimento de audiência dos reality shows musicais: 2021 x 2020



Fonte: Kantar IBOPE Media, 2021.

No que diz respeito às temáticas preferidas do público, a pesquisa da *MindMiners* de 2021, mostra o *reality* musical em terceiro lugar, com 31% dos votos (MindMiners, 2021).

Figura 8 - As temáticas de reality shows preferidas do público



Fonte: MindMiners, 2021.

Provavelmente, esses dados surgem por conta de um único gênero englobar entretenimento, competição e formação de novos ídolos. Portanto, o *Estrela da Casa* insere-se no gênero dos *reality shows* musicais.

Nesse contexto, surge o programa *Estrela da Casa*, exibido e desenvolvido pela TV Globo, cuja primeira edição ocorreu em 2024 e que, apesar das críticas, foi remodelado, ganhando uma segunda edição em 2025. Desse modo, diferentemente de formatos importados como *Big Brother* e *The Voice*, o *Estrela da Casa* foi desenvolvido por José Bonifácio Brasil de Oliveira (Boninho) e Rodrigo Dourado. Essa parceria na criação do programa fica nítida no site da Exame (2024), na matéria em que Rodrigo Dourado é apresentado como atual diretor de Gênero *Reality* da Globo, “em 2023, ao lado de Boninho, também foi um dos responsáveis pela criação de ‘Estrela da Casa’” (EXAME, 2024).

O programa configura-se como uma proposta televisiva híbrida que une elementos característicos de formatos consagrados. Na matéria de divulgação de estreia do programa, o site da Exame (2024) relata que o “Estrela da Casa, comandado por Ana Clara, será um programa que, de forma resumida, combina os conceitos de ‘The Voice’ com ‘Big Brother Brasil’” (EXAME, 2024). Soma-se ainda a

fala de Boninho durante coletiva de empresa, presente na matéria do Gshow (2024): “É um reality de música? É um reality de convivência? É um pouco de tudo. Um pouco de tudo que eu aprendi nessa minha história fazendo realities [...]” (GSHOW, 2024).

Figura 9 - Boninho e Rodrigo Dourado, criadores do Estrela da Casa



Fonte: CNN, 2024.

Conforme dados divulgados pelo site O Globo (2024) quanto a estreia da primeira edição do *Estrela da Casa*, o *reality show* musical contou com catorze cantores que competiram confinados durante 50 dias e ao final do programa, o vencedor recebeu um prêmio de R\$ 500 mil (O GLOBO, 2024). Assim, a edição teve início em 13 de agosto de 2024 e foi encerrada no dia 1º de outubro de 2024.

Outro fator de destaque na primeira edição foi a participação surpresa da cantora internacional Katy Perry, que apareceu no programa por meio de uma dinâmica especial onde a cantora pôde conversar com os participantes e compartilhar experiências. Por se tratar de uma artista de grande renome mundial, esta aparição ampliou significativamente a visibilidade da atração e contribuiu para fortalecer a formação artística dos participantes, agregando prestígio e relevância ao *reality*.

Figura 10 - Katy Perry no Estrela da Casa



Fonte: Gshow, 2024.

De acordo com dados divulgados pelo Gshow, site oficial de entretenimento da TV Globo, a primeira temporada do *reality* foi destaque de audiência no Globoplay, plataforma de streaming da emissora. Na mesma matéria é possível ver que:

Na TV Globo, o Estrela da Casa liderou durante toda a temporada na média nacional (PNT, com 11 pontos) e quando comparado aos grandes espetáculos de música do ano, os cantores da casa tiveram um público 141 vezes maior que a lotação do Rock in Rio 2024 e 115 vezes maior que a lotação do show da Madonna em Copacabana. (GSHOW, 2024).

Soma-se a isso os dados da matéria da GQ, revista masculina que trata sobre estilo de vida, que divulgou um post feito pelo diretor da primeira edição do programa, Boninho: “50 dias! 95 músicas lançadas, 14 milhões de players, 11 oficinas de talentos e 7 workshops com talentos incríveis e generosos” (GQ, 2024).

Após compreender a base do *reality Estrela da Casa*, a seção a seguir, trará as dinâmicas do programa, fundamentais para compreender seu funcionamento e sua relevância dentro do gênero dos *reality show* musical.

4.1 Dinâmica

O *Estrela da Casa* segue uma dinâmica que combina elementos de competição e convivência. Os participantes vivem juntos em uma casa, onde enfrentam desafios musicais semanais, ensaios e provas que avaliam não apenas a qualidade vocal, mas também a criatividade.

Antes mesmo da estreia, ainda na fase de pré-confinamento, os jogadores deverão montar um repertório com oito faixas musicais. Assim, eles começarão a disputa com uma dessas canções disponíveis, como se fosse um cartão de visitas. Na sequência, a cada semana, escolhem a próxima música para lançar, movimentando o público. (CNN, 2024).

Desse modo, o programa é regido por 3 “poderes” que podem ser conquistados semanalmente: *Hitmaker*, Estrela da Semana e Dono do Palco. Esses três, juntamente com os concorrentes da batalha, participam do festival.

Figura 11 - Mural da casa



Fonte: Gshow, 2024.

O *Hitmaker* ocupa a primeira estrela na colocação e consiste no lançamento das músicas dos cantores/competidores. Vence a faixa mais ouvida ao longo da semana, além do título, o cantor também terá o direito de se apresentar no Festival do *reality*. Acrescenta-se a definição do site O Globo (2024):

[...] na casa mais musical (e vigiada) do Brasil, a semana começará na quarta-feira, quando os artistas lançarão um single de seu repertório. A partir daí, começará a contagem: quem terá mais plays nas plataformas de áudio até domingo? No programa ao vivo, depois do Fantástico, Ana Clara anunciará quem é o “hitmaker” da semana, aquele que fogueou a audiência e ganhará uma vaga no show semanal. (O GLOBO, 2024).

Para ser o Estrela da Semana, a disputa ocorre em duas fases: na primeira, realizada durante o dia, os competidores participam de *workshops* com especialistas de diferentes áreas do universo musical, uma oportunidade para troca de experiências. Ao final do *workshop*, em grupo, é desenvolvido um desafio proposto pelos convidados/especialistas. Na segunda fase, que ocorre no período da noite e durante o programa ao vivo, o grupo vencedor da etapa inicial compete individualmente na Prova da Estrela. O ganhador conquista imunidade, se apresenta no Festival e indica dois colegas para o Duelo. Soma-se informações do site O Globo (2024):

Às quintas-feiras, durante o dia, especialistas visitarão a casa para dar um workshop e trocar experiências com os artistas. Os experts também anunciarão um desafio, disputado por grupos. À noite, ao vivo, os integrantes do grupo vencedor disputarão uma prova entre si. Quem vencer estará imune, com vaga no show e indicação de dois concorrentes para a “batalha”. (O GLOBO, 2024).

Figura 12 - Workshop e Prova da Estrela



Fonte: Gshow, 2024.

O Dono do Palco é definido por uma prova realizada aos sábados, o vencedor garante uma vaga para se apresentar no Festival e adquire imunidade, podendo ainda escolher um participante para a Batalha. Conforme visto anteriormente, o *Estrela da Casa* visa misturar formatos já consolidados, por isso, essa prova é diferenciada, a matéria do site O Globo (2024) explica da seguinte forma:

A disputa não terá nada a ver com música. É coisa de “reality show raiz”. Poderá ser prova de resistência, agilidade, ou que vier à cabeça da produção. O vencedor, o “dono do palco”, ganhará vaga no show semanal, imunidade e indicação de concorrente para a batalha. (O GLOBO, 2024).

Figura 13 - Dinâmica da Semana



Fonte: Gshow, 2024.

O esquema destaca as atividades realizadas em cada dia da semana, desde o lançamento de músicas às quartas-feiras até a eliminação às terças. Conforme visto anteriormente, na quarta-feira são lançadas as músicas que resultarão no *Hitmaker*, anunciado no domingo; na quinta-feira, o vencedor da Prova da Estrela ganha imunidade, indicando dois jogadores para o Duelo; na sexta-feira, um dos competidores é salvo pela audiência após a disputa do Duelo; no sábado, há a disputa do Dono do Palco; no domingo, a votação dos competidores para definir o terceiro participante da Batalha; na segunda-feira, um artista invade a casa e realiza um *pocket show*; por fim, na terça-feira, acontece o Festival, onde o *Hitmaker*, juntamente com os ganhadores da Prova da Estrela e o Dono do Palco se apresentam imunes e os jogadores que estão na Batalha, disputam a permanência no programa. Na sequência, serão detalhadas as dinâmicas do Duelo, Balada, Batalha, Festival e *Jam Session*.

Após a vitória da Prova da Estrela, o vencedor indica outros dois competidores para o Duelo que ocorre às sextas-feiras, antes da Balada. Matéria do site O Tempo (2024), descreve um exemplo de como a dinâmica é realizada:

Mayarah indicou Matheus e Unna para se enfrentarem no duelo. O casal fará uma apresentação ao vivo no programa desta sexta-feira

(23). Quem cantar melhor, se salva da Batalha [...]. (O TEMPO, 2024).

A Balada acontece após o Duelo e é o momento de descontração da casa, onde é realizada uma festa para os participantes.

Logo depois chega a Balada, quando os confinados podem aliviar a tensão da disputa na pista de dança, aproveitando a companhia uns dos outros – ou não –, confabulando sobre o jogo e, claro, curtindo os shows previstos para acontecerem no gramado da casa. (GSHOW, 2024).

A Batalha acontece às terças-feiras, mas é formada pelo perdedor do Duelo (definido na sexta-feira), um indicado pelo Dono do Palco e o mais votado pela casa, ambos definidos no domingo.

Além disso, a cada semana o programa traz o Festival, ou seja, shows realizados pelos competidores imunes, vencedor da Prova da Estrela, Dono do Palco e *Hitmaker*. Posteriormente, acontece a apresentação dos participantes que estão na Batalha, eles são avaliados pelo público, que participa ativamente por meio de votações ao longo do programa ao vivo. O menos votado, dá adeus a competição. Durante a coletiva de imprensa do programa, Boninho disse sobre a dinâmica: “terça tem o festival. É um palco com plateia, 150 pessoas, eles se apresentam. Um momento de consagração dos três que estão de boa e de tensão dos três que estão se enfrentando”. (GSHOW, 2024).

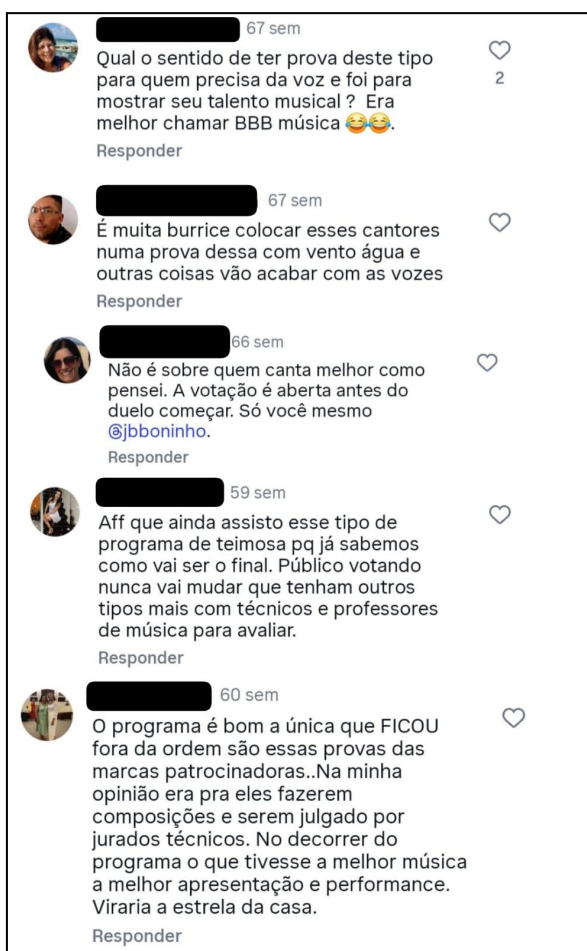
As segundas-feiras ocorre o chamado *Jam session*, um momento de troca entre um artista e os participantes. Além disso, o artista realiza um pocket show, onde o ganhador da Prova da Estrela tem a oportunidade de cantar uma música com ele.

Toda segunda-feira, no estúdio musical da casa, os confinados recebem a visita de um cantor consagrado para troca de experiências. À noite, durante o programa, o convidado ainda faz um show exclusivo, ao vivo, para todo o público. Quem ganhar o posto de estrela da semana tem ainda a chance de apresentar um número musical com o convidado. (EXTRA, 2024).

4.1.1 Segunda edição

Após a consolidação da primeira temporada, o *Estrela da Casa* passou por uma revisão estrutural, as mudanças foram motivadas a partir de críticas apontadas por telespectadores nas redes sociais, que destacaram aspectos da dinâmica considerados confusos, extensos ou pouco relacionados com o que foi divulgado sobre o *reality*.

Figura 14 - Críticas a primeira edição



Fonte: Instagram Oficial do Estrela da Casa, 2024.

Assim, tais comentários e críticas resultaram em ajustes significativos para a segunda edição. Entre os principais pontos de reformulação, está a reorganização das provas e o peso de cada poder (*Hitmaker*, Estrela da Semana e Dono do Palco). Além disso, as provas que determinam o Dono do Palco foram ampliadas para assuntos variados, mas relacionados à música, respondendo à crítica de que,

na primeira edição, os desafios físicos não dialogavam suficientemente com a proposta musical do *reality*.

O foco está na performance! Provas musicais definem imunidades. Os competidores não votam entre si, mas são avaliados pelo público, que dá sua nota pelo gshow, e por um júri. Quem canta melhor, vence. (GSHOW, 2024).

O formato do Festival também sofreu aprimoramentos, com maior ênfase na performance artística e melhor integração com a votação popular. A segunda edição passou a contar com a presença mais constante de especialistas musicais nos Festivais, que ao avaliarem aspectos técnicos das apresentações, contribuem para elevar o nível de exigência artística da competição. Ademais, Michael Teló assume a posição de técnico de todos os participantes, orientando-os continuamente ao longo da temporada.

O Estrela da Casa estreia sob o comando de Ana Clara e volta cheio de mudanças, entre elas, a participação de Michel Teló como mentor dos 14 participantes. Este ano, eles se reúnem em um Centro de Treinamento de Música. (GSHOW, 2024).

Desse modo, observa-se que a segunda edição do programa surge como uma resposta direta às percepções do público e às demandas por uma maior coerência entre proposta e execução. Portanto, as reformulações não apenas corrigem fragilidades identificadas na primeira temporada, mas também fortalecem a identidade do *reality show* enquanto uma disputa centrada na formação de "estrelas", consolidando um formato mais coeso e alinhado às expectativas do público.

4.2 Lucca

Robert Lucca, mais conhecido como Lucca, foi o vencedor da primeira edição do *Estrela da Casa*. Contudo, a trajetória musical dele foi construída ao longo de muitos anos, antes de sua entrada no programa. Natural de Goiás, o cantor iniciou sua relação com a música ainda jovem, por incentivo do avô. Conforme é visto na matéria do MaisGoiás (2024) sobre a entrada do cantor no *reality Estrela da Casa*: “Gravei uns vídeos, postei na internet e a galera gostou. Fiquei conhecido na minha escola. Comecei a compor, aprendi a tocar violão e me apaixonei pela música” (MAISGOIÁS, 2024).

No entanto, durante a vida Lucca se sentiu desafiado e tomou uma decisão difícil para seguir seu sonho musical, a matéria do Gshow (2024) que revela curiosidades sobre o campeão, destaca: “Parou de estudar no Ensino Médio ao ouvir de um professor que não seria nada na vida” (GSHOW, 2024).

Vale destacar que antes de entrar no *Estrela da Casa*, a vivência artística de Lucca já era influenciada pelo trabalho conjunto com o irmão mais velho, Juann, conforme matéria de apresentação de Lucca divulgada pelo Gshow (2024):

Isso porque ele tem uma dupla sertaneja há dez anos com seu irmão mais velho, Juann. Os dois já cantaram com alguns nomes da música, como na vez em que venceram um desafio e dividiram o palco com Wesley Safadão, e fazem quase tudo juntos no dia a dia. (GSHOW, 2024).

Figura 15 - Lucca e seu irmão, Juann



Fonte: Gshow, 2024.

Durante o *reality*, Lucca foi destaque nas dinâmicas. De acordo com o site do Gshow (2024), o cantor “viveu muuuuito: foi uma vez Estrela da Semana, se apresentou duas vezes na Batalha, venceu duas vezes o Hitmaker e disputou quatro Duelos, perdendo apenas um.” (GSHOW, 2024). Por fim, como vencedor da edição, Lucca “ganhou R\$ 1 milhão, contrato com uma gravadora e uma turnê.” (UOL, 2025). Vale ressaltar que o contrato foi realizado com a gravadora Sony.

Atualmente, o cantor possui 27 anos e retomou a dupla com o irmão, como destaca a matéria produzida pelo veículo O Tempo (2025) sobre o pós-*reality* do cantor:

Após o fim da primeira temporada do Estrela da Casa, Lucca cumpriu uma agenda de compromissos ligados a Globo, marcando presença em diversos programas da emissora, como o Encontro e o Domingão com Huck, além de eventos da casa, a exemplo do especial de 60 anos do canal e o Prêmio Multishow. Em 22 de novembro do ano passado, Lucca subiu aos palcos pela primeira vez no Villa Country, em São Paulo. Já nos primeiros meses de 2025, o cantor se apresentou poucas vezes, pois estava gravando seu primeiro DVD, Movimento Vol. 1, que foi lançado em 11 de abril. Agora, Lucca retomou a dupla com o irmão, Juann. (O TEMPO, 2025).

Soma-se ainda que Lucca foi a voz da vinheta de abertura da segunda edição do programa, assim como divulgado pelo Gshow (2025):

A música-tema do programa segue a mesma: 'Minha Estrela', com composição de Rodrigo Melim, Alexandre Castilho e João Vitor. A diferença é que, agora, a canção ganha pitadas de características do sertanejo, gênero defendido pelo artista. (GSHOW, 2025).

Diante desse percurso, será analisado no tópico a seguir, a trajetória de Lucca no *reality show Estrela da Casa*, tomando como base todos os conceitos e teorias aqui apresentados.

5. ANÁLISE COM BASE NA JORNADA DO HERÓI E NA SEMIÓTICA PEIRCEANA

Após compreender o *reality Estrela da Casa*, sua condução e seu primeiro campeão, torna-se possível avançar para uma investigação mais aprofundada dos sentidos produzidos pelo programa. Com base nas teorias vistas anteriormente, Jornada do Herói e Semiótica Peirceana, este tópico dedica-se a examinar os elementos que estruturam a narrativa do campeão Lucca e os signos presentes em sua trajetória. Portanto, parte-se para a análise utilizando a Semiótica Peirceana. A nível da primeiridade, há o ícone, que é o signo nele mesmo, a impressão imediata. A secundidade possui relação com o objeto, relacionado à experiência e à perspectiva do próprio Lucca. Por fim, a terceiridade é a ligação entre a primeiridade e a secundidade, ou seja, correspondente aos efeitos gerados no público e à maneira como a trajetória pode ter sido compreendida coletivamente.

Remontando ao que foi exposto anteriormente, quanto aos termos “estrela” e “casa” é interessante pensar no quanto essas duas perspectivas convergem de forma particularmente significativa com a temática proposta no presente Trabalho de Conclusão de Curso e o título do programa *Estrela da Casa*. Portanto, vê-se que os termos “estrela” e “casa” não são apenas escolhas estéticas, mas comunicadores tanto do papel simbólico dos participantes quanto do ambiente de pertencimento e competição em que a narrativa se desenvolve. Dessa forma, o nome *Estrela da Casa* sintetiza perfeitamente a lógica do formato: uma “estrela” (o protagonista/herói/artista) que precisa brilhar dentro de uma “casa” (lugar onde ocorre o programa).

A seguir são apresentados os resultados da análise que busca revelar não apenas o funcionamento interno do programa, mas também os processos interpretativos que moldam sua recepção e impacto junto ao público.

Figura 16 - Lucca recebe a notícia de que participará do programa



Fonte: Globoplay, 2024.

Na estréia do programa, Lucca é apresentado ao público e declara logo nos primeiros segundos: "Meu sonho é que o Brasil inteiro escute a minha voz" (Lucca, 2024). Tomando como base a Jornada do Herói, esse é o início da participação de Lucca no *reality show Estrela da Casa*, seu Primeiro Ato está acontecendo, é a Partida. Na imagem (Figura 16) é possível ver o Chamado à Aventura de Lucca, ele é visto em seu Mundo Comum, juntamente com sua família e recebe a notícia de que estará, o chamado para estar no *Estrela da Casa*, o Mundo Especial. Ao analisarmos a imagem é possível ver que um produtor ou o próprio cinegrafista foi o responsável por dar essa notícia/fazer esse chamado, atuando assim, como Arauto.

Quanto à Semiótica Peirceana, em um primeiro momento, na esfera da primeiridade, o observador é imediatamente impactado pela emoção apresentada por Lucca e seus familiares. É notória a euforia através do gesto de braços erguidos da mulher, o riso espontâneo e o abraço apertado entre Lucca e o irmão, Juann. Desse modo, as expressões, o ambiente informal e a composição da cena evocam sensações de alegria, acolhimento e intimidade, antes mesmo que qualquer interpretação racional seja estruturada.

Ao avançar para a secundidade, o abraço firme e emotivo funciona como signo de um momento decisivo: a confirmação de uma conquista que encerra um ciclo de esforço e provação, remontando os desafios enfrentados por Lucca, que precisou abandonar os estudos e ir em busca do seu sonho.

Por fim, na terceiridade, a cena é marcada pela emoção dos familiares e pode ser lida pelo público como símbolo de superação, humildade, autenticidade e apoio familiar. Logo no início, o ambiente simples contribui para construir a percepção de que Lucca é alguém “do povo”, capaz de inspirar identificação e admiração.

Figura 17 - Lucca entra na casa



Fonte: Globoplay, 2024.

A imagem (Figura 17) revela o momento em que Lucca entra na casa do *reality* e abandona seu Mundo Comum. Vale ressaltar que não há uma recusa do chamado, uma vez que essa oportunidade é um sonho para Lucca. No entanto, de acordo com Campbell (1949), na ausência de recusa, esse é o momento em que o Mentor surge. Para a presente análise, a figura que mais se assimilou a esse arquétipo foi a figura da apresentadora que guia Lucca por toda a trajetória. Além disso, é possível ver que alguém da produção abre a porta para que Lucca entre na casa, sendo essa pessoa o Guardiã do Limiar, enquanto Lucca passa pela Travessia do Limiar.

Na esfera da Semiótica Peirceana, a primeiridade aparece antes de qualquer construção racional e o que se destaca é um sentimento de alegria contagiante e receoso com relação a como se dará o desenrolar do programa.

Na secundidade, a imagem passa a ganhar significado concreto dentro do percurso de Lucca. A entrada confiante é acompanhada de aplausos do próprio

participante que emerge não apenas como alguém que participa, mas como alguém que assume plenamente seu papel no jogo. Assim, a secundidade traduz o momento vivido como um choque e alegria dessa nova fase.

Por fim, na terceiridade, o comportamento e figurino de Lucca somados ao plano escolhido, constroem o participante como protagonista, ao apresentá-lo no centro e em um plano próximo. Para o telespectador, essa entrada pode gerar efeitos do início de um reconhecimento e identificação.

Figura 18 - Lucca urina durante prova de resistência



Fonte: Globoplay, 2024.

Após receber o Chamado à Aventura e entrar na Casa, Lucca enfrenta seu primeiro teste durante a primeira prova do *reality*. Lucca foi o vencedor da prova de resistência, após 17 horas de prova. No entanto, imagens reveladas pela produção durante a exibição da prova no programa do dia 14 de agosto de 2024, mostraram que o cantor havia feito necessidades fisiológicas no decorrer da prova. Além disso, o participante também confessou aos colegas de confinamento, conforme matéria do Gshow (2025):

Depois do fim da primeira Prova de Resistência do Estrela da Casa nesta quarta-feira (14), Lucca conversa com Evellin na cozinha. O goiano foi o último participante a deixar a disputa, que passou de 17 horas de duração. Ao ser questionado pela dentista se fez xixi na prova, Lucca faz que sim com a cabeça. (GSHOW, 2024).

Por fim, no ao vivo Lucca confirmou o ato e Rodrigo foi o vencedor da prova. Toda essa situação foi responsável por dividir opiniões sobre o caráter de

Lucca tanto na casa, quanto entre o público. Desse modo, mesmo com o público e a casa dividida, Lucca avança para o Segundo Ato, a Iniciação. É nessa fase que todo o enredo é desenvolvido.

Na cena apresentada (Figura 18) é visto um líquido azul que recobre o corpo do participante, é possível ver o cansaço, a legenda que demonstra um sussurro e o enquadramento fechado produzem uma experiência visual marcada pela estranheza e pelo desconforto.

A secundidade emerge do ponto de vista do participante. O momento adquire um significado particular ao não saber se poderia urinar durante a prova. Lucca esforça-se para conter a necessidade fisiológica, acreditando que perder líquido poderia comprometer ainda mais sua permanência. A legenda exibida pelo programa evidencia esse raciocínio ao revelar a tentativa de “segurar” a vontade de ir ao banheiro, tendo em vista que o participante revela que havia urinado diversas vezes ao longo da disputa.

Por fim, a terceiridade integra o sentido produzido socialmente e os efeitos interpretativos possivelmente gerados no público. A cena ultrapassa o caráter de simples dinâmica televisiva e passa a simbolizar, dentro da narrativa do *reality*, a figura de alguém que quis trapacear, ser engraçado ou alguém que de fato infligiu uma regra por inocência. Dessa forma, Lucca destacou-se dos demais participantes e provocou debate entre o público. Essa divisão do público é notória ao observar os comentários de telespectadores no Instagram oficial do *reality*:

Figura 19 - Comentários do público sobre a atitude de Lucca na prova de resistência



Fonte: Instagram Oficial do Estrela da Casa, 2024.

As reações revelam diferentes leituras do público sobre a mesma cena. A seguir é dada continuidade à análise.

Figura 20 - Lucca ganha o primeiro Hitmaker da temporada



Fonte: Globoplay, 2024.

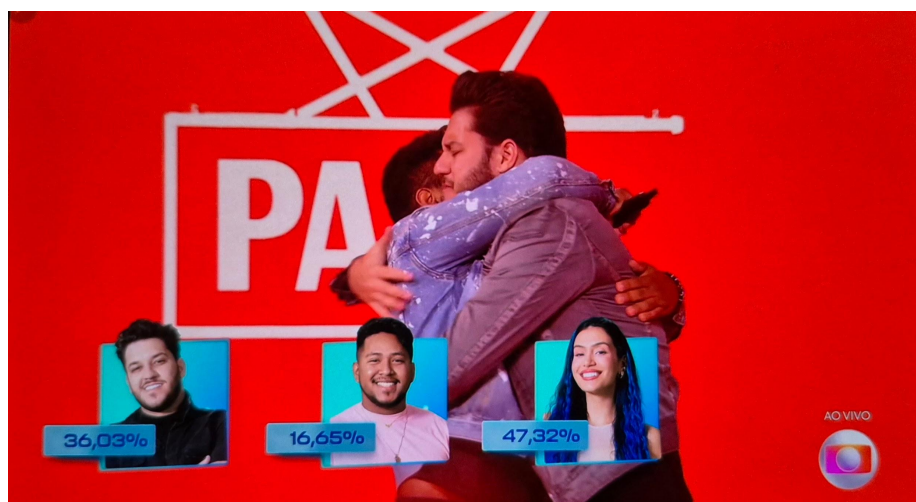
Na mesma semana em que foi desclassificado da prova de resistência, Lucca foi consagrado vencedor do primeiro *Hitmaker* da temporada, ou seja, sua música da semana, “Cuida Bem Dela”, foi a mais ouvida nas plataformas digitais durante a semana em comparação com os demais participantes, totalizando 133.381 reproduções. Esse episódio causa inveja nos demais participantes. Soma-se que nesse estágio, Lucca faz aliança com as cantoras, Leidy Murilho e Unna X, enquanto há uma inimizade com os cantores, Gael e Nick. É o período em que o cantor/herói se ambienta dentro do Mundo Especial, nesse caso, a casa do *reality*.

Desse modo, a partir da Semiótica Peirceana, a primeiridade aponta que o enquadramento central destaca sua expressão de satisfação e alívio, reforçada pelo sorriso aberto e pela postura descontraída.

Na secundidade, destaca-se a reação de Lucca que compreende através da dinâmica que o lançamento da música gerou o engajamento do público, trazendo segurança ao jogo do participante.

Quanto à terceiridade o dado numérico atua como mediador entre o jogo e o público, funcionando como signo convencional de reconhecimento e aprovação pública.

Figura 21 - Lucca quase sai da competição



Fonte: Globoplay, 2024.

Lucca vai para a Batalha e quase é eliminado, com base no exposto por Vogler (2006) quanto a Jornada do Herói esse é um o momento de tensão, pois vive-se uma “quase morte” que, nesse caso, seria uma “morte” no *reality*, uma eliminação. Contudo, ao final do discurso, o eliminado é Rodrigo.

Dando sequência a Jornada do Herói, Lucca vive momentos de incerteza e avança no jogo, tornando-se mais próximo da Provação Suprema, portanto, vivendo a Aproximação da Caverna Oculta.

Na dimensão da primeiridade, a cena (Figura 21) produz um impacto sensorial imediato, marcado pela intensidade cromática do vermelho, que remete à tensão e dramatização características desse tipo de decisão. O abraço apertado entre os participantes expressa alívio e solidariedade, revelando a atmosfera emocional do momento.

Na secundidade, é vista a tensão e alívio de Lucca ao achar que seria eliminado e seu sonho acabaria.

Por fim, na terceiridade, a imagem adquire pleno sentido, o fundo vermelho se converte em signo de perigo e decisão, enquanto os percentuais organizam simbolicamente a narrativa da disputa para os telespectadores, deixando claro quem tem maior ou menor apoio do público.

Figura 22 - Lucca disputa Duelo com Nick



Fonte: Globoplay, 2024.

Na imagem acima (Figura 22), após uma trajetória marcada pela formação de alianças, enfrentamento de adversários e sucessivas provas no programa, Lucca vive a Provação Suprema. Nesse contexto, Lucca disputa um Duelo decisivo contra seu principal antagonista, o cantor Nick Cruz. A rivalidade entre ambos intensificou-se ao longo da temporada, especialmente após comentários feitos por Nick a respeito de Lucca e de seus aliados. Um episódio emblemático desse embate ocorreu quando Nick reclamava de outros participantes e Lucca apareceu na varanda; imediatamente, Nick se dirigiu a ele dizendo: “ô Luan, você não fuma não?”, comparando-o ao cantor Luan Santana. Por fim, Lucca conquista a imunidade com 75,45% dos votos (GSHOW, 2024). Essa demonstração do apoio do público é a Recompensa de Lucca.

Através da Semiótica Peirceana, vê-se na primeiridade a diferenciação de cores dos figurinos, enquanto Lucca utiliza branco, Nick está de vermelho, portanto, eles contrastam e a postura dos participantes, demonstra Lucca descontraído e confiante, enquanto Nick está cabisbaixo, transmitindo abatimento.

Na secundidade, é vista a confiança que Lucca possui no seu potencial, também perante aos resultados que obteve do público no decorrer do programa.

Em relação à terceiridade, observa-se a dimensão interpretativa: o público, que atua como mediador de sentido, apoia majoritariamente Lucca e, em consequência, atribui menor adesão a Nick.

Figura 23 - Comentários do público sobre o Duelo entre Nick e Lucca



Fonte: Instagram Oficial do Estrela da Casa, 2024.

Os comentários evidenciam que a maioria do público estava apoiando Lucca e mencionavam a saída de Nick, que ao perder o Duelo iria para a Batalha. Fato que se concretizou.

Figura 24 - Lucca é consagrado campeão do Estrela da Casa



Fonte: Globoplay, 2024.

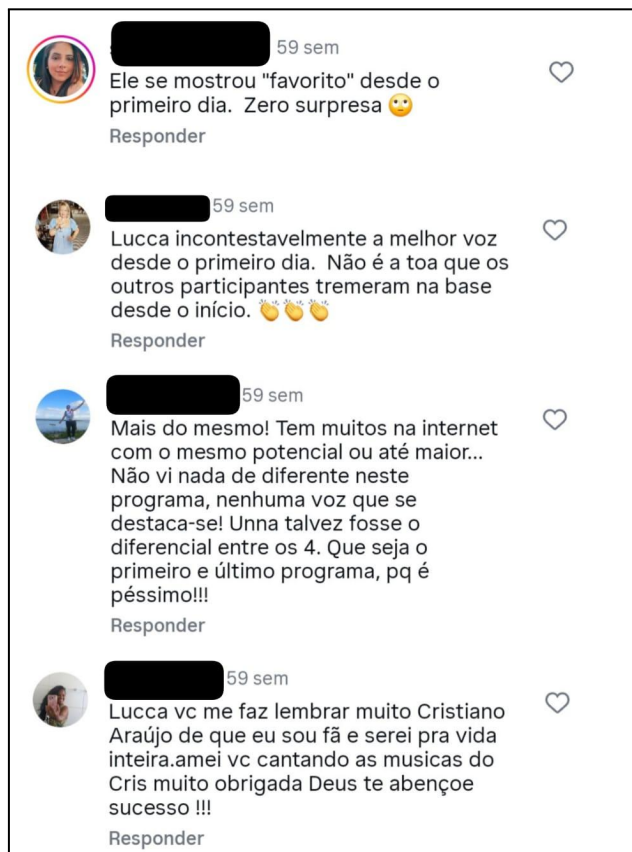
Ao final do *reality* e da Jornada, Lucca vivencia os três estágios do Terceiro Ato, o Retorno: Caminho de Volta, Ressurreição e Retorno com o Elixir. O Terceiro Ato apresenta-se na final, pois é onde o cantor de fato sobrevive ao jogo, vencendo e faz o Caminho de Volta para casa, levando todas as técnicas vocais, aprendizados profissionais e pessoais consigo (Retorno com o Elixir). Portanto, na final, o cantor se depara com o clímax de sua trajetória, retorna para sua casa, seu Mundo Comum, mas leva na bagagem os ensinamentos desenvolvidos ao longo do programa.

Assim, a primeiridade indica os brilhos dos fogos, a roupa brilhante de Lucca e a estrela a fundo, evidenciando seu papel de protagonismo e artístico.

Quanto à secundidade, o cantor se vê realizando o sonho que decretou logo no início do programa.

Na terceiridade, a maioria do público apresenta-se positivo quanto ao resultado. Conforme é visto nos comentários do instagram oficial do *reality show*:

Figura 25 - Comentários do público sobre Lucca campeão do Estrela da Casa



Fonte: Instagram Oficial do Estrela da Casa, 2024.

Na imagem acima (Figura 25) são vistos os comentários dos telespectadores no Instagram oficial do programa diante da vitória de Lucca. A partir da Semiótica aqui apresentada e analisada foi desenvolvido um esquema que simplifica a análise.

Figura 26 - Análise Semiótica do campeão Lucca

Imagens	Primeiridade	Secundidade	Terceiridade
	• Emoção de Lucca e familiares; • Sorrisos, abraços e euforia.	• Momento decisivo; • Realização de um sonho.	• Superação; • Apoio familiar; • Humildade; • Identificação.
	• Alegria; • Receio.	• Entrada confiante; • Alegria pelo novo.	• Plano próximo; • Figurino; • Reconhecimento; • Identificação.
	• Cor azul; • Cansaço; • Estranho.	• Estratégia; • Dúvida.	• Trapaceio; • Engraçado; • Inocência.
	• Satisfação; • Alívio.	• Apoio do público; • Segurança no jogo.	• Aprovação
	• Cor vermelha; • Tensão; • Drama; • Solidariedade.	• Tensão; • Alívio.	• Decisão; • Disputa; • Apoio do público.
	• Cores dos figurinos; • Expressões.	• Confiança	• Apoio a Lucca; • Desprezo a Nick.
	• Fogos; • Estrela ao fundo; • Brilho do figurino.	• Realização de um sonho	• Apoio do público

Fonte: Elaboração própria, 2025.

A seguir, são apresentadas as considerações finais do presente Trabalho de Conclusão de Curso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa monografia teve como principal objetivo analisar a construção da narrativa de Lucca, campeão da primeira edição do *reality Estrela da Casa*, a partir da Jornada do Herói e da Semiótica Peirceana. Como objetivos secundários foi almejado conceituar o *reality show* de acordo com seu gênero, formato e categoria que está inserido; apresentar a estrutura e os arquétipos da Jornada do Herói; aplicar a semiótica como método de análise para identificar os signos, códigos e estratégias narrativas presentes na trajetória de Lucca em *Estrela da Casa*.

O desenvolvimento deste Trabalho de Conclusão de Curso surge da pergunta fundamental: O que se pode depreender, em um estudo qualitativo de caráter bibliográfico, sobre a utilização da Jornada do Herói, enquanto recurso narrativo e a proposta do real que o *reality show* deseja transmitir?

A partir de toda a teoria apresentada e os resultados expostos pela análise, pode-se dizer que o trabalho concluiu seu objetivo e respondeu a pergunta fundamental. Desse modo, a análise da trajetória de Lucca no *Estrela da Casa*, fundamentada na Jornada do Herói e na Semiótica Peirceana, permitiu compreender como a narrativa foi construída e percebida ao longo do *reality show*. Ao longo do programa, a participação de Lucca não se limitou à competição musical: se constituiu como um percurso simbólico marcado por desafios, tensões, conflitos interpessoais, alianças e momentos de forte apelo emocional, que contribuíram para consolidá-lo como protagonista da edição.

Por meio dos resultados da análise, observa-se que a Jornada do Herói evidenciou que Lucca viveu de maneira estruturada as etapas, reforçando a identificação com o público, que pôde acompanhar uma jornada marcada pela superação, pelo esforço e pela sensibilidade, elementos fundamentais na construção do herói contemporâneo televisivo.

A Semiótica Peirceana permitiu uma leitura aprofundada dos signos presentes nas imagens, ações e reações do participante. A primeiridade revelou impactos afetivos e sensoriais imediatos; a secundidade evidenciou possíveis interpretações do cantor; e a terceiridade levantou possíveis efeitos interpretativos e sociais que sua trajetória provocou no público. A divisão entre elogios e críticas, as

leituras morais sobre suas atitudes e o apoio crescente ao longo da temporada demonstram como Lucca foi sendo interpretado ao longo da trajetória.

Portanto, deixa-se como proposta de trabalhos futuros comparar a narrativa de Lucca com a campeã da segunda temporada, observando diferenças entre as edições e se ainda há a construção de protagonismo com base na Jornada do Herói e a presença da Semiótica; observar se ainda há aspectos da Jornada do Herói em Lucca após o fim do programa e como eles acontecem; expandir a análise para concorrentes além do campeão e/ou comparar diferentes produtos (novelas e realitys) para verificar como a estrutura narrativa está presente em cada formato e as similaridades.

REFERÊNCIAS

ALICE no País das Maravilhas. Direção: Tim Burton. Produção: Richard D. Zanuck e Joe Roth. Intérpretes: Mia Wasikowska, Johnny Depp, Helena Bonham Carter e outros. Roteiro: Linda Woolverton. Música: Danny Elfman. EUA: Walt Disney Pictures, 2010. 1 vídeo (108 min), son., color.

ALMEIDA, Roberto Edson; SILVA, Juliana. Hora da Verdade: representações, personagens, sujeitos. In: FRANÇA, Vera (Org.). **Narrativas televisivas**: programas populares na TV. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 69-87.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BARTHES, Roland. **Introdução à análise estrutural da narrativa**. In: BARTHES, Roland *et al.* Análise estrutural da narrativa. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 18–62.

BRUNER, Jerome. **Atos de Significação**. Tradução de Sandra Costa. Porto Alegre: Artes Médicas, 1997.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix, 1949.

CAMPOS, Flávio de. **Roteiro de cinema e televisão**: a arte e a técnica de imaginar, perceber e narrar uma história. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2007.

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

CNN. Após saída de Boninho, Rodrigo Dourado assume direção de realities da Globo. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/apos-saida-de-boninho-rodrigo-dourado-assume-direcao-de-realities-da-globo/>. 17 nov. 2025.

CNN. Estrela da Casa: saiba como será a dinâmica do novo reality musical. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/estrela-da-casa-saiba-como-sera-a-dinamica-do-novo-reality-musical/>. Acesso em: 17 nov. 2025.

CONSELHO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO CIENTÍFICO E TECNOLÓGICO (CNPq). Tabela de áreas do conhecimento. Disponível em:

<https://lattes.cnpq.br/documents/11871/24930/TabeladeAreasdoConhecimento.pdf/>. Acesso em: 07 dez. 2025.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1ª. ed. 14. reimpr. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

DIGITEI. Tabela área de conhecimento CNPq: entenda as classificações. Disponível em:

<https://digitei.com/tabela-area-de-conhecimento-cnpq-entenda-as-classificacoes/>. Acesso em: 07 dez. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em:

<https://globoplay.globo.com/v/12824880/editorial/63e347dd-ed88-4186-872b-50c4f2f53845/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em:

<https://globoplay.globo.com/v/12821680/editorial/63e347dd-ed88-4186-872b-50c4f2f53845/?s=0s>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em:

<https://globoplay.globo.com/v/12824880/editorial/63e347dd-ed88-4186-872b-50c4f2f53845/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em:

<https://globoplay.globo.com/v/12833872/editorial/63e347dd-ed88-4186-872b-50c4f2f53845/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12859441/editorial/63e347dd-ed88-4186-872b-50c4f2f53845/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12920683/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Direção: José Bonifácio Brasil de Oliveira. Rio de Janeiro: Globoplay, 2024. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/12971565/>. Acesso em: 15 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. #DUELO O Duelo tá no ar! Corre AGORA no @gshow e escolha quem você quer salvar: Lucca ou Nick Cruz? Vote no link da bio ou nos stories! Rio de Janeiro, 13 set. 2024. Instagram: @estreladacasaglobo. Disponível em: https://www.instagram.com/p/C_4TdHmpA7I/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 22 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. #FINAL Lucca é o campeão da primeira temporada do #EstrelaDaCasa com 41,13% dos votos! Rio de Janeiro, 01 out. 2024. Instagram: @estreladacasaglobo. Disponível em: https://www.instagram.com/p/DAmwt8Gp9Op/?utm_source=ig_web_copy_link. Acesso em: 22 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Lucca é o CAMPEÃO do #EstrelaDaCasa! Rio de Janeiro, 01 out. 2024. Instagram: @estreladacasaglobo. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/DAmwv7LJ3Zb/?igsh=bnwNzR1ZjBkYXF5>. Acesso em: 22 nov. 2025.

ESTRELA DA CASA. Lucca é o último participante a deixar a Prova de resistência. Confira como foi a disputa pelo link da bio. Rio de Janeiro, 14 ago. 2024. Instagram: @estreladacasaglobo. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/C-qcNyRpGBY/?igsh=ZTdudXV5ZGhhcHVr>. Acesso em: 22 nov. 2025.

EXAME. Estrela da Casa: horário, regras, agenda da semana e tudo sobre o novo reality da Globo. Disponível em: <https://exame.com/pop/estrela-da-casa-horario-regras-e-tudo-sobre-o-novo-reality-da-globo/>. Acesso em: 17 nov. 2025.

EXAME. Quem é Rodrigo Dourado? Conheça o substituto (e braço direito) de Boninho. Disponível em:
<https://exame.com/pop/quem-e-rodrigo-dourado-conheca-o-substituto-e-braco-direito-de-boninho/>. Acesso em: 17 nov. 2025.

EXTRA. Como vai funcionar o 'Estrela da casa'? Saiba sobre participantes, dinâmicas, eliminação, provas e mais. Disponível em:
<https://extra.globo.com/entretenimento/tv/noticia/2024/08/como-vai-funcionar-o-estrela-da-casa-saiba-sobre-participantes-dinamicas-eliminacao-provas-e-mais.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2025.

FERREIRA, Cláudio. **A dinâmica dos reality-shows na televisão brasileira.** Brasília: Universa, 2010.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro: os fundamentos do texto cinematográfico.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GQ. De saída da Globo, Boninho comemora feitos do 'Estrela da Casa', reality que criou. Disponível em:
<https://gq.globo.com/noticia/2024/10/de-saida-da-globo-boninho-comemora-feitos-do-estrela-da-casa-reality-que-criou.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2025.

GSHOW. 'BBB21': Juliette é a campeã com 90,15% dos votos e ganha R\$ 1,5 milhão. Disponível em:
<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb21/casa-bbb/noticia/bbb21-juliette-e-a-campea-com-9015percent-dos-votos-e-ganha-r15-milhao.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2025.

GSHOW. Confira todas as apresentações dos Workshops do Estrela da Casa. Disponível em:
<https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/estrela-da-semana/noticia/confira-todas-as-apresentacoes-dos-workshops-do-estrela-da-casa.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2025.

GSHOW. Entenda as dinâmicas do Estrela da Casa. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/noticia/entenda-as-dinamicas-do-estrela-da-casa.ghtml>. Acesso: 22 nov. 2025.

GSHOW. Estrela da Casa: Ana Clara, Boninho e Rodrigo Dourado detalham novo reality show da Globo. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/noticia/estrela-da-casa-ana-clara-boninho-e-rodrigo-dourado-detalham-novo-reality-show-da-globo.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2025.

GSHOW. Estrela da Casa foi destaque de audiência no Globoplay; confira o balanço. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/noticia/estrela-da-casa-foi-de-destaque-de-audiencia-no-globoplay-confira-o-balanco.ghtml>. Acesso em: 23 nov. 2025.

GSHOW. Estrela da Casa: saiba como será a dinâmica do novo reality musical. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/noticia/estrela-da-casa-conheca-detalhes-da-casa-equipada-para-um-grande-artista.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2025.

GSHOW. Irmão de Lucca conta como dupla sertaneja começou e declara: 'Nasci para cantar com ele'. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/fora-da-casa/noticia/irmao-de-lucca-counta-como-dupla-sertaneja-comecou-e-declara-nasci-para-cantar-com-ele.ghtml>. Acesso em: 22 nov. 2025.

GSHOW. Jam Session e Balada: entenda as dinâmicas do Estrela da Casa. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/noticia/jam-session-e-balada-entenda-as-dinamicas-do-estrela-da-casa.ghtml>. Acesso em: 22 nov. 2025.

GSHOW. Katy Perry no Estrela da Casa tem aula de funk, imitação de sapo e mais. Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/dentro-da-casa/noticia/katy-perry-no-estrela-da-casa-tem-aula-de-funk-imitacao-de-sapo-e-mais.ghtml>. Acesso em: 20 nov. 2025.

GSHOW. Lucca é o Hitmaker da 1ª semana do Estrela da Casa; veja ranking.

Disponível em:

<https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/hitmaker/noticia/lucca-e-o-hit-maker-da-1-semana-do-estrela-da-casa-veja-ranking.ghtml>. Acesso em: 25 nov. 2025.

GSHOW. Lucca fala sobre ter feito xixi na Prova de Resistência do Estrela da Casa.

Disponível em:

<https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/dentro-da-casa/noticia/lucca-fala-sobre-ter-feito-xixi-na-prova-de-resistencia-do-estrela-da-casa.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2025.

GSHOW. Lucca, primeiro vencedor do Estrela da Casa, canta nova abertura; assista! Disponível em: [Lucca, primeiro vencedor do Estrela da Casa, canta nova abertura; assista! | Gshow](#). Acesso em: 17 nov. 2025.

GSHOW. Quem é o campeão do Estrela da Casa? Relembre as curiosidades sobre Lucca. Disponível em:

<https://gshow.globo.com/realities/estrela-da-casa/2024/noticia/quem-e-o-campeao-do-estrela-da-casa-relembre-as-curiosidades-sobre-lucca.ghtml>. Acesso em: 24 nov. 2025.

GSHOW. Relembre os paredões com maior número de votos na história do 'BBB'.

Disponível em:

<https://gshow.globo.com/realities/bbb/bbb22/noticia/relembre-os-paredoes-com-maior-numero-de-votos-na-historia-do-bbb.ghtml>. Acesso em: 24 set. 2025.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado**: a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2005.

HARRY Potter e a Pedra Filosofal. Direção: Chris Columbus. Produção: David Heyman. Intérpretes: Daniel Radcliffe, Rupert Grint, Emma Watson e outros. Roteiro: Steve Kloves. Música: John Williams. EUA/Reino Unido: Warner Bros. Pictures, 2001. 1 vídeo (152 min), son., color.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Manual CINE Brasil: classificação internacional normalizada da educação – versão 3. Brasília, DF: INEP. Disponível em: https://download.inep.gov.br/pesquisas_estatisticas_indicadores_educacionais/cinebrasil/manuais/manual_cine_brasil_3_versao.pdf. Acesso em: 07 dez. 2025.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Tradução de Elizabeth Bastos Duarte; Maria Lília Dias de Castro; Vanessa Curvello. Porto Alegre: Sulina, 2007.

JUNG, Carl Gustav. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo**. Tradução de Maria Luíza Appy; Dora Mariana R. Ferreira da Silva. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

JUNG, Carl Gustav. **O homem e seus símbolos**. Tradução de Maria Lúcia Pinho. 6. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.

KANTAR IBOPE MEDIA. O “boom” dos realities e o protagonismo das marcas. Disponível em: <https://kantaribopemedia.com/conteudo/estudo/data-stories-11-o-boom-dos-realities-e-o-protagonismo-das-marcas/>. Acesso em: 3 maio 2025.

KILPP, Suzana. **Audiovisualidades do voyeurismo televisivo**: apontamentos sobre a televisão. Porto Alegre: Zouk, 2008.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 4ª. ed. São Paulo: Editora Senac, 2005.

MAISGOIÁS. Conheça Lucca, participante goiano do ‘Estrela da Casa’, novo reality show da Globo. Disponível em: <https://www.maisgoias.com.br/entretenimento/conheca-lucca-participante-goiano-do-estrelas-da-casa-novo-reality-show-da-globo/>. Acesso em: 22 nov. 2025.

MINDMINERS. Estudo Original - Reality Shows: perfil da audiência e oportunidades para marcas. Disponível em: <https://content.mindminers.com/or-reality-show>. Acesso em: 15 set. 2025.

MÚSICA MULTISHOW. Nick Cruz RECLAMA de Lucca e Unna X!. Youtube, 27 ago. 2024. Disponível em: https://youtu.be/zhSMskfeP5A?si=8-_W6HiZkyCMcn44. Acesso em: 22 nov. 2025.

NÖTH, Winfried. **A semiótica no século XX**. São Paulo: Annablume, 1996.

O GLOBO. ‘Estrela da Casa’: o que se sabe sobre o novo reality musical da Globo, que estreia na próxima terça (13). Disponível em: <https://oglobo.globo.com/google/amp/cultura/noticia/2024/08/08/estrela-da-casa-o-que-se-sabe-sobre-o-novo-reality-musical-da-globo-que-estrea-na-proxima-terca-13.ghml>. Acesso em: 17 nov. 2025.

O TEMPO. Estrela da Casa: MC Mayarah ganha prova e põe casal para se enfrentar no duelo. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/entretenimento/realities/2024/8/23/estrela-da-casa--mc-mayarah-ganha-prova-e-poe-casal-para-se-enfr>. Acesso em: 17 nov. 2025.

O TEMPO. Por onde anda Lucca, o primeiro campeão do Estrela da Casa?. Disponível em: <https://www.otempo.com.br/entretenimento/2025/8/5/por-onde-anda-lucca-o-primeiro-campeao-do-estrela-da-casa>. Acesso em: 25 nov. 2025.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Tradução de José Teixeira Neto. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2017.

RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tradução de Constança Marcondes Cesar. Campinas, SP: Papirus, 1994.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. 25. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Imagem – Cognição, Semiótica, Mídia**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

SHAZAM!. Direção: David F. Sandberg. Produção: Peter Safran. Intérpretes: Zachary Levi; Mark Strong; Asher Angel; Jack Dylan Grazer e outros. Roteiro: Henry Gayden e Darren Lemke. Música: Benjamin Wallfisch. EUA: Warner Bros. Pictures, 2019. 1 vídeo (132 min), son., color.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

TAVARES, Bruno Rogério. **Game show**: os formatos interativos para a TV digital e novas mídias. 2011. 131 f. Dissertação (Pós-graduação em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2011.

TODOROV, Tzvetan. **As estruturas narrativas**. Tradução de Leyla Perrone-Moisés. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006.

TREVIZAN, Karina. **Almanaque dos reality shows no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Panda Books, 2011.

UOL. Por onde anda o vencedor da 1ª edição do Estrela da Casa?. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2025/08/04/lucca-campeao-do-estrela-da-casa.htm>. Acesso em: 25 nov. 2025.

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**: estrutura mítica para escritores. Tradução de Ana Maria Machado. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

