

Gênero, corpo e sexualidade: uma análise das manchetes do Estadão e da JovemPan no caso Yasmin Brunet no Big Brother Brasil (BBB) 24¹

Deborah Santos França PINTO²

Marislei da Silveira RIBEIRO³

Universidade Federal de Pelotas

Resumo

Este trabalho visa analisar duas manchetes de jornais sobre o caso Yasmin Brunet, no Big Brother Brasil (BBB) 24. O presente estudo refere-se aos comentários, durante o programa, do cantor Rodriguinho e outros homens da casa sobre o corpo e comportamento da atriz e modelo brasileira, buscando responder ao seguinte problema de pesquisa: Quais as narrativas do Estadão e da JovemPan no caso Yasmin Brunet no BBB24? Ao escolher os dois veículos de comunicação, foram consideradas as suas linhas editoriais distintas e que ambos possuem uma notícia publicada no dia 14 de janeiro de 2024 acerca do caso. As metodologias utilizadas são a Análise de Discurso (AD) de Orlandi (1999) e a pesquisa descritiva de Gil (2008), com os conceitos de Beauvoir (1967), Butler (2003), Louro (1997), Moreno (2017) e Silva (2014).

Palavras-chave

Gênero; Manchetes; Estadão; JovemPan; Big Brother Brasil.

INTRODUÇÃO

O *reality show* Big Brother Brasil (BBB), desde o seu surgimento, vem sendo palco para muitas pautas sociais. Nesse sentido, uma delas trata das questões de gênero e

¹ Trabalho apresentado na IJ08 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduanda do oitavo semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). Bolsista de Iniciação Científica CNPq na área de Gênero, Sexualidade e Comunicação. E-mail: deborahsantosfpinto@hotmail.com.

³ Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação –FAMECOS/PUC-RS. Professora do Curso de Jornalismo da UFPEL/Centro de Letras e Comunicação. E-mail: marislei.ribeiro@cead.ufpel.edu.br.

sexualidade, que estão cada vez mais presentes, seja no jogo do BBB, seja fora das telas. Com a objetificação do corpo da mulher e com os estereótipos ganhando cada vez mais força, temos que assuntos importantes e de extrema relevância, ao mesmo tempo que viralizam, também são rapidamente esquecidos.

O Big Brother Brasil⁴ é a versão brasileira do *reality* idealizado pelo holandês John de Mol, que foi inspirado no livro “1984”, de George Orwell. O programa de televisão é conhecido por ser a casa mais vigiada do Brasil, sua estreia aconteceu em 2002 e, atualmente, caracteriza-se pelo forte poder de entretenimento atrelado a muita estratégia de publicidade. Além disso, sua fama deve-se ao confinamento, onde todos os *brothers* – aproximadamente vinte participantes, entre pessoas comuns (pipoca) e celebridades (camarote) - são submetidos a viver por cerca de três meses, sem receber nenhum tipo de informação externa. Os participantes do programa se submetem a um processo seletivo até entrar na casa, no qual a produção do BBB busca selecionar as pessoas que mais se enquadram nas dinâmicas propostas pelo *reality*.

Nesse contexto, destaca-se também uma pesquisa realizada pela Opinionum Box⁵, em 2023, com 2.292 pessoas de todo o Brasil, a qual mostra que 46% dos entrevistados afirmaram que a aparência física está relacionada, ou muito relacionada, à felicidade deles; 70% concordaram que a mídia, de forma geral, ajuda a reproduzir padrões irreais de beleza; 44% dos entrevistados afirmaram que fariam ou têm vontade de fazer um procedimento estético; 81% das mulheres entrevistadas na pesquisa têm o hábito de se maquiar; 51% já se sentiram intimidados por não fazerem parte do padrão de beleza mais aceito; e 40% já tiveram problemas com a saúde mental causados pela aparência e a auto estima.

YASMIN BRUNET NO BBB

Sob esse viés, tem-se que as questões identitárias são fundamentais, uma vez que é a partir destas características e personalidades que o programa discorre durante toda a sua realização. Na última edição conhecida como BBB24, o caso Yasmin Brunet trata-se dos comentários feitos pelo cantor brasileiro Rodriguinho sobre o corpo da modelo e atriz

⁴ Disponível em: <https://gshow.globo.com/realities/bbb/>. Acesso em 08/02/24.

⁵ Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/padroes-de-beleza/>. Acesso em 31/01/24 às 17h45.

(ambos participantes do camarote) na companhia de outros *brothers* da casa, e de falas direcionadas para a própria Yasmin sobre o seu comportamento ao longo do programa.

Segundo o estudo “Transtorno de compulsão alimentar: revisão sistemática de literatura”:

Na categorização atual, o Transtorno de Compulsão Alimentar se caracteriza pela ingestão, em um período de duas horas, de uma quantidade de alimentos maior do que outras pessoas consumiriam em circunstâncias análogas. Durante os episódios de compulsão, o indivíduo come mais rápido do que o normal e até sentir-se "desconfortavelmente cheio" (Apa, 2014, p. 350), mesmo não estando fisicamente com fome. Ademais, são relatados sentimentos de vergonha e culpa devido à quantidade de comida ingerida, tal como sensação de falta de controle sobre o ato de comer (Apa, 2014). (BLOC, 2019, p.4).

A modelo e atriz brasileira Yasmin Brunet, 35 anos, conta dentro da casa que possui o transtorno de compulsão alimentar e por isso estaria se alimentando daquela forma no *reality*. Por outro lado, o cantor Rodriguinho, 45 anos, divorciado, pai de 5 filhos e com histórico de acusação de violência contra mulher, critica não só o corpo de Yasmin Brunet, mas também a sua alimentação, repercutindo no país inteiro.

Desse modo, o presente trabalho busca realizar uma análise acerca do caso Yasmin Brunet no BBB24, através das manchetes produzidas pela imprensa brasileira na cobertura destas pautas, que fazem parte não só da prática jornalística, mas também da vida em sociedade.

METODOLOGIA

Com o surgimento nos anos 60, a principal abordagem metodológica utilizada nesta pesquisa foi a Análise de Discurso (AD) sob a ótica francesa de Orlandi (1999). A perspectiva da autora consiste em compreender, resumidamente, que não é possível pensarmos no discurso sem sujeito, assim como não se pode pensar no sujeito sem ideologia. “Consequentemente, o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/ para os sujeitos”. (ORLANDI, 1999, p.17).

Nesse ínterim, Orlandi (1999) destaca que quando nascemos os discursos já estão sendo processados e somos nós que adentramos nesse processo. Por mais que não sejamos nós que damos origem a eles, a maneira como a língua e a história nos afeta é singular. É a partir da nossa existência que elas se materializam, determinando os sentidos e sujeitos. Além disso, a autora diz que as palavras podem mudar de significado conforme quem as

emprega, quer dizer, que dependendo do contexto que o sujeito está inserido, o seu discurso pode ter uma produção de sentido diferente. Ou então, ele pode estar reproduzindo um determinado discurso, por exemplo.

Assim como definimos o discurso como efeito de sentido entre locutores e consideramos, na sua contrapartida, o texto, como sendo uma unidade que podemos, empiricamente, representar como tendo começo, meio e fim, uma superfície linguística fechada nela mesma, assim também consideramos o sujeito como resultando da interpelação do indivíduo pela ideologia, mas o autor, no entanto, é representação de unidade e delimita-se na prática social como uma função específica do sujeito, (ORLANDI, 1999, p.73).

Além do mais, as contribuições de Gil (2008), também embasam essa pesquisa. De acordo com o autor, a pesquisa descritiva se aproxima da pesquisa explicativa, contemplando a pesquisa exploratória. A pesquisa descritiva vai desde uma simples identificação de variável, como também da determinação de um novo olhar sob um problema já existente – nesse caso, as questões de gênero.

Assim, ao descrever e/ou explorar uma temática, estamos abrindo portas para o mundo epistemológico, contribuindo com o conhecimento científico. “As pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática”. (GIL, 2008, p.28).

Retomando, Orlandi (1999) também trabalha as noções de Formações Discursivas (FD), argumentando que o sentido é determinado a partir das posições ideológicas encontradas no processo socio-histórico que se é produzido. Com base na autora, mesmo que em meio a polêmicas, a noção de formação discursiva é parte da básica do processo da AD, tendo em vista que a mesma diz respeito à produção dos sentidos existentes e, também, pode variar conforme quem constrói a análise.

As formações discursivas podem ser vistas como regionalizações do interdiscurso, configurações específicas dos discursos em suas relações. O interdiscurso disponibiliza dizeres, determinando, pelo já-dito, aquilo que constitui uma formação discursiva em relação a outra. Dizer que a palavra significa em relação a outras, é afirmar essa articulação de formações discursivas dominadas pelo interdiscurso em sua objetividade material contraditória. (ORLANDI, 1999, p.43-44).

Dessa forma, o presente trabalho apropriou-se da AD para compreender os sentidos encontrados nas manchetes do Estadão e da JovemPan, uma vez que os dois veículos

publicaram no dia 14 de janeiro de 2024, uma notícia sobre o caso Yasmin Brunet no BBB24. Logo, através do mapeamento realizado nesta pesquisa, foram designadas duas Formações Discursivas: a FD1 corpo e a FD2 comportamento.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Segundo Mac Na Ghail (1996), “é importante que notemos que grande parte dos discursos sobre gênero de algum modo incluem ou englobam as questões de sexualidade” (*apud* Louro, 1997, p.20).

Para Butler (2003), a partir das relações sociais de cada um, o sujeito passa a ser reflexivo, sendo produzido e reconhecido nas suas interações com a sociedade. A percepção de um indivíduo único é capaz de conceder ao mesmo a sua própria consciência, sendo assim, através dos efeitos dos sujeitos, a performance da mulher passa a ser estereotipada e padronizada. Sendo assim:

Para Beauvoir – como para Wittig – a identificação das mulheres como o “sexo” é uma fusão da categoria das mulheres com as características ostensivamente sexualizadas dos seus corpos e, portanto, uma recusa a conceder liberdade e autonomia às mulheres, tal como as pretensamente desfrutadas pelos homens. Assim, a destruição da categoria do sexo representaria a destruição de um atributo, o sexo, o qual por meio de um gesto misógino de sinédoque, tomou o lugar da pessoa, do cogito autodeterminador. Em outras palavras, só os homens são “pessoas” e não existe outro gênero senão o feminino. (BUTLER, 2003, p. 41-42).

Ainda sob a perspectiva de Butler (2003), o termo “performance” refere-se à ação de adotar ou rejeitar alguma prática social, podendo ser associado à cultura machista.

Nesse sentido, é válido ressaltar as contribuições de Beauvoir (1967), tendo em vista que os seus estudos defendem o gênero como além de uma construção social, mas sim como uma maneira de tornar a mulher estereotipada pelo homem, atestando a organização da sociedade patriarcal. Nesse sentido, o gênero seria o primeiro passo para a definição de um sujeito e, conseqüentemente, estabeleceria o feminino e a sua dominação masculina.

Beauvoir (1967) também parte do princípio de que o homem é sempre considerado “um”, mas a mulher não, podendo ser vista como “outro”, ou seja, no que tange à relação de existência entre ambos pode ser feita uma analogia entre o sujeito e o objeto – onde a mulher é o objeto do homem.

No âmbito da comunicação, os estudos sobre gênero e sexualidade vêm ganhando ênfase dada a importância de analisar as narrativas da mídia ao abordar pautas tão presentes em nosso cotidiano. Com a globalização, a mídia passou a estimular o desejo, não só através de produtos, mas também de “estilos de vida, modelos de beleza, desejos de consumo e aspirações que se introjetavam, contribuindo fortemente para a formação de uma nova subjetividade”. (Moreno, 2017, p.36).

Por outro lado, a abundância de imagens femininas com valores, atitudes, sonhos, desejos, silhueta, vestimentas compatíveis com os interesses econômicos dos mantenedores da mídia, e da ideologia de suas figuras principais, representa esse controle eficaz que se impõe de forma positivada, ou que nos retrata jocosamente ao fugirmos deste padrão estereotipado e ultrapassado pela realidade das conquistas e do espaço, da diversidade e da pluralidade que efetivamente corresponde às mulheres, hoje. (MORENO, 2017, p.37).

Além disso, Silva (2014) argumenta a ideia de que os discursos midiáticos são produzidos com as normas e valores da nossa cultura, uma vez que estes podem determinar os sentidos e significados presentes em cada sujeito dos grupos sociais. Nesse sentido, também temos que a mídia faz parte do poder, ou seja, os discursos que circulam possuem o objetivo de informar e comunicar algo, de maneira explícita ou implícita. O autor enfatiza que:

Acredito que essas concepções possam ajudar a compreender os entrelaçamentos do jornalismo com a cultura, com as representações de gênero e, especialmente, com as formas de conhecimento cotidiano promovidas pelos discursos veiculados em forma de notícias, e suas relações com as desigualdades sociais. (SILVA, 2014, p.26).

Para compreender de que modo o programa de televisão Big Brother Brasil (BBB), se relaciona a com construção ideológica dos indivíduos, é importante frisar mais uma contribuição de Silva (2014):

Dentre os meios de comunicação, a televisão se mostra extremamente instigante num estudo que prime pelo campo simbólico. Entendo esta mídia como o lugar onde os sentidos humanos são poderosa e engenhosamente provocados, a fim de gerar significados. Na junção entre som, imagem, discurso, alcance e credibilidade, a TV ainda parece prevalecer como um objeto rico a ser investigado, sobretudo no Brasil. Mais do que isso, a televisão sempre envolve uma gama de pessoas e recursos técnicos para a produção de cada um de seus produtos (sempre simbólicos), sejam eles do gênero que forem, e visam sempre uma ampla audiência que, apesar da diversidade que a compõe, parece ser tomada universalmente. É através dela que o mundo passou a ser explicado para um número cada vez maior de

pessoas; e é também pelas lentes de seus programas que em geral as grandes audiências se informam, formam-se, sonham, tornam-se sujeitos da cultura, conhecem-se e percebem o mundo. Por tudo que traz, por seu papel cultural, a TV é mister no plano dos sentidos de uma sociedade. Ela é parte importante da vida cotidiana. Um dos portos seguros. Um ponto de encontro conosco e com o Outro. (SILVA, 2014, p. 52-53).

Diante disso, conclui-se a ideia de que os meios de comunicação são “os fazedores de identidades culturais” (*apud* Alsina, 2009, p.132), visto que a televisão – onde é transmitido o *reality show* – é um meio de comunicação de massa, o qual atinge uma grande parte da população brasileira, tornando-se, muitas vezes, responsável pela formação da opinião pública e criação das narrativas midiáticas.

A Análise de Discurso de Orlandi (1999) também ressalta como o uso das palavras pode determinar a produção de sentido. Nas manchetes analisadas a seguir, o emprego das palavras “brinca” e “piada”, respectivamente, ganha destaque por apresentarem o mesmo significado – desvalorizando a situação vivenciada por Yasmin, e amenizando os comentários de Rodriguinho. A autora ainda frisa que:

As palavras falam com outras palavras. Toda palavra é sempre parte de um discurso. E todo discurso se delinea na relação com outros: dizeres presentes e dizeres que se alojam na memória. (ORLANDI, 1999, p.43).

Visando responder ao problema de pesquisa apresentado anteriormente, e com base nas considerações revisadas, o foco será na análise de duas manchetes de notícias jornalísticas sobre o Caso Yasmin Brunet no BBB24. Sendo a primeira do Estadão e a segunda da JovemPan, ambas com a análise relacionada à FD1 corpo e à FD2 comportamento.

ANÁLISE

Como visto acima, de acordo com Orlandi (1999), mais do que compreender os sentidos produzidos, é preciso saber interpretá-los. Assim, a autora também caracteriza essa parte do processo de comunicação, com base nos “gestos de interpretação”, os quais são estabelecidos por meio de limites e mecanismos presentes em cada análise proposta.

Desse modo, temos que a linguagem pode ser utilizada para transmitir uma informação, ou seja, estabelecer uma comunicação, como também para não comunicar algo. Esse efeito entre os sujeitos e os sentidos são múltiplos e variados (ORLANDI, 1999, p.21). Agora, vejamos como o jornalismo faz isso, na prática.

Mas, antes de adentrar na descrição com foco nas manchetes, vale ressaltar que as pesquisas descritivas pretendem colocar em evidência as opiniões, atitudes e crenças de uma população. (GIL, 2008, p.28).

Figura 1- Notícia do Estadão publicada no dia 14 de janeiro de 2024



Fonte: Acervo digital Estadão

Na primeira notícia analisada⁶, observa-se que o Estadão intitula a notícia como “Rodrigoinho brinca com compulsão alimentar de Yasmin Brunet e revolta web: ‘Vai sair rolando’”. Logo no início, analisa-se o título através da presença da FD2 comportamento, visto que o mesmo faz referência ao transtorno. Ainda, ao apropriar-se da fala do cantor, ao mesmo tempo que o portal dá ênfase ao assunto, também é possível identificar a FD1 corpo. Em relação à linha de apoio, o Estadão ressalta a ideia de que a atitude do cantor Rodrigoinho foi uma brincadeira: “Cantor fez piada após *sister* revelar que está há dias “se sentindo cheia e vazia ao mesmo tempo’”. Soma-se a isso que evidenciar o sentimento de Yasmin Brunet, pode ser associado tanto a FD1 corpo, quanto a FD2 comportamento.

Além disso, a primeira notícia apresenta diversos comentários de telespectadores do BBB sobre a situação, que evidenciam as Formações Discursivas, como, por exemplo, “Se o Rodrigoinho soubesse quão difícil é ter compulsão alimentar, ele jamais teria dito aquilo, que ódio!”, foi o comentário de uma pessoa no “X”, antigo Twitter, apresentando a FD2 comportamento. Nesse sentido, o Estadão também frisa outra fala do cantor quando ele diz que a influenciadora “já foi melhor”, caracterizando a FD1 corpo.

Figura 2- Notícia da JovemPan publicada no dia 14 de janeiro de 2024

⁶ Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/tv/rodriguinho-faz-piada-com-compulsao-alimentar-de-yasmin-brunet-e-revolta-web-vai-sair-rolando-nprec/>. Acesso em 19/01/24.



Fonte: Acervo digital JovemPan

A segunda notícia analisada⁷, publicada pela JovemPan, possui um título muito semelhante a do Estadão: “Rodrigo faz piada sobre compulsão alimentar de Yasmin Brunet: ‘Vai sair rolando’”. Assim, é possível identificar novamente a FD2 comportamento sobre o transtorno, e a FD1 corpo na fala direta do cantor, respectivamente. Ao comparar as duas notícias analisadas, tem-se que ambas, já no título, reforçam a ideia de piada e brincadeira.

Por outro lado, o Estadão enfatiza que o caso repercutiu de maneira negativa fora da casa ao dizer que a atitude de Rodrigo revolta a web. A JovemPan, na linha de apoio, embora inesperado em virtude da sua linha editorial, classifica as falas do cantor como machistas e, também, fala sobre a reação de Yasmin: “Comentário deixou a modelo visivelmente incomodada; no sábado ele já tinha feito comentários machistas sobre ela”.

Ao partir do princípio de que as Formações Discursivas observadas resultam da análise proposta neste trabalho, é válido ressaltar que, de acordo Silva (2014), somos educados pela mídia, ou seja, as nossas narrativas individuais estão repletas por essa dinâmica interativa.

No que tange às duas manchetes analisadas, partindo da Análise de Discurso, não é possível afirmar que os sentidos produzidos pelos veículos de comunicação são evidentes, visto que a principal metodologia referenciada baseia-se no confronto do que é simbólico e/ou político - sem existir (apenas) um sentido considerado verdadeiro. No entanto, é necessário frisar a ideia de “brincadeira” presente na atitude do cantor Rodrigo, empregada tanto pelo Estadão quanto pela JovemPan, que coloca em segundo plano os sentimentos atribuídos à ex-BBB Yasmin.

⁷ Disponível em: <https://jovempan.com.br/entretenimento/tv-e-cinema/rodrigo-faz-piada-sobre-compulsao-alimentar-de-yasmin-brunet-vai-sair-rolando.html>. Acesso em 19/01/24.

CONCLUSÃO

Orlandi (1999) coloca em evidência que não é possível pensarmos na definição de sujeito sem levar em consideração a sua ideologia. Os sujeitos são compostos por ideologia, como também para se pensar num discurso é preciso que existir um sujeito. Logo, conclui-se que a mídia possui um papel muito importante na construção ideológica dos indivíduos. Afinal, os canais de comunicação são os verdadeiros mediadores dos discursos – entre o sujeito e o objeto.

Atualmente, a pressão estética vinculada aos padrões está cada vez mais presente em debates que, muitas vezes, estimulam esta prática e sustentam a mídia brasileira. Segundo Moreno (2017), a mídia é colocada como instância pedagógica cultural, que por meio de um poder simbólico atua na produção de valores sociais e sujeitos. Nesse sentido, ainda se destaca a mídia como atuante na produção da subjetividade e, também, como um sujeito que corresponde à sociedade do capitalismo.

Além disso, Beauvoir (1967) diz que essas narrativas, como, por exemplo, as analisadas no decorrer dessa pesquisa, referem-se aos reflexos de uma sociedade patriarcal, que acredita na existência da mulher estereotipada para servir o homem. De acordo com Pêcheux (1975), as palavras não são capazes de possuir um sentido próprio e/ou literal, elas são compostas por uma expressão e/ou proposição repletas de metáforas.

Portanto, estudos como este buscam evidenciar estas temáticas, como também reforçar a necessidade e importância da luta pela igualdade de gênero. Em um país como o Brasil, em que as desigualdades sociais são gritantes, é preciso que, ao menos em relações mínimas, isso quer dizer, entre dois sujeitos, nesse caso, homem e mulher, consiga-se viver em paz, de maneira totalmente democrática.

REFERÊNCIAS

- BEAUVOIR, S. **O segundo sexo: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.
- BLOC, L. Transtorno de compulsão alimentar: revisão sistemática da literatura. **Rev. Psicol. Saúde**, Campo Grande, v. 11, n. 1, p. 3-17, abr. 2019. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2177-093X2019000100001&lng=pt&nrm=iso. Acessado em 6 mar. 2024.

BUTLER, J. **Problemas de Gênero: feminismo e subversão de identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GIL, A. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.

LOURO, G. **Gênero, Sexualidade e Educação. Uma perspectiva pós-estruturalista**.

Petrópolis, RJ, Vozes, 1997.

MORENO, R. **A imagem da mulher na mídia: controle social comparado**. São Paulo:

Expressão Popular, 2017.

ORLANDI, E. **Análise de discurso: princípios & procedimentos**. ed, Campinas, SP: Pontes, 1999.

SILVA, M. **Masculino, o gênero do jornalismo**. Florianópolis: Insular, 2014.