

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO



**O REALITY SHOW “O APRENDIZ” ENSINANDO-NOS
A SER EXECUTIVAS E EXECUTIVOS
DE SUCESSO**

LUCIANA SAUER FONTANA

Orientadora: PROF^a. DR^a. MARIA LÚCIA WORTMANN

CANOAS, 2007

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE LUTERANA DO BRASIL
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
DIRETORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO



**O REALITY SHOW “O APRENDIZ” ENSINANDO-NOS
A SER EXECUTIVAS E EXECUTIVOS
DE SUCESSO**

LUCIANA SAUER FONTANA

Orientadora: PROF^a. DR^a. MARIA LÚCIA WORTMANN

Dissertação apresentada ao Programa de Pós -
Graduação em Educação da Universidade Luterana do
Brasil para obtenção do título de MESTRE em
Educação.

CANOAS, 2007

DEDICATÓRIA

Àquele com que divido, já há alguns anos, não só as minhas angústias acadêmicas, mas um lindo filho - o doce mais doce de nossas vidas – e que tem se mostrado, a cada dia, um grande companheiro, no melhor sentido dessa palavra.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha querida orientadora a Profa. Dr. Maria Lúcia Wortmann, pela sua dedicação e por me ensinar tantas coisas que, para não correr o risco de esquecer de alguma delas, prefiro não enumerá-las. Neste momento, sintetizo, então, minha gratidão dizendo que me sinto orgulhosa de ser sua *Aprendiz*.

Não posso esquecer de agradecer também às Profa. Dra. Ruth Ramos Sabat, Profa. Dra. Critianne Famer Rocha, Profa. Dra. Rosa Hessel Silveira e ao Prof. Dr. Jorge Alberto Rosa Ribeiro por compartilharem comigo seus conhecimentos acadêmicos.

Às queridas colegas Sonia e Cíntia por sempre me incentivarem. E, por fim, mas não menos importante agradeço ao meu esposo, ao meu pequeno Edu, à minha família (pai, mãe, irmã e irmão), à minha sogra e sogro com quem tenho compartilhado aflições e alegrias.

*“O cenário televisivo é como o paredão no jogo de squash:
o rebote pode não chegar onde se espera, mas
sempre tem rebote” Sarlo (2000, p.78).*

RESUMO

Nesta dissertação, busco ver que representações de executivos e de executivas foram (re)produzidas e colocadas em circulação, na terceira edição do *reality show*, *O Aprendiz*, exibido no Brasil, pela Rede Record, canal aberto de televisão, no período compreendido entre 6 de agosto e 26 de setembro de 2006, atentando para estratégias, táticas e critérios avaliativos utilizados nesse Programa. *O Aprendiz* é conduzido pelo bem-sucedido empresário do ramo publicitário, Roberto Justus, e se constitui em uma versão brasileira do *reality show* estadunidense *The Apprentice*. O apresentador de *O Aprendiz* o define como um criativo e inovador processo seletivo que, nessa edição, objetivou a contratação de um/uma jovem executivo/a para atuar na grande agência de marketing nova-iorquina, *Wunderman*, sendo esse um emprego que ofereceria rendimentos elevados e garantidos contratualmente por, no mínimo, um ano ao/à vencedor/a dessa competição. Considerarei esse *reality show* como uma interessante pedagogia cultural capaz de ensinar não apenas às/aos jovens executivas e executivos que participaram do Programa, mas, também, às/aos telespectadoras/es, lições sobre a “arte” de liderar e táticas voltadas ao alcance de uma “boa” atuação em equipe. Tais lições aproximam-se, muitas vezes, de práticas consideradas próprias a uma estruturação de trabalho que Sennett (2001) refere como *trabalho flexível*, particularmente, no que diz respeito ao modo das/dos executiva/os relacionarem-se, ou melhor, articularem-se no ambiente empresarial, bem como a capacidade deles/as adaptarem-se a diferentes desafios e conviverem sob ameaça constante de uma demissão. Ao longo dos 16 episódios do Programa do Programa foram sendo definidos requisitos vistos como indispensáveis a um executivo ou a uma executiva que aspire ter êxito profissional. Entre as características destacadas pelo apresentador do Programa para compor o perfil da/o executiva/o buscada/o estavam: *atacar sempre; ter sono leve; ser agressivo e determinado; ser profissional e não amador*, entre outras, que, segundo Justus, poderiam ser simbolizadas pela escultura do touro de bronze que adorna a Avenida *Madison*, na cidade de Nova Iorque. Tais características foram ressaltadas ao longo dos episódios do Programa, nos quais foi igualmente enfatizado que homens e mulheres que pretendam se tornar executivos e executivas de sucesso precisariam necessariamente estampá-las.

Palavras-chave: Estudos Culturais em Educação – mídia - *reality show*

ABSTRACT

In this paper, I have sought to see which representations of executives were (re)produced and put to circulate on the third edition of the reality show *O Aprendiz* presented in Brazil on the Rede Record, open television channel between August 6 and September 26, 2006, focusing on strategies and assessing criteria used in this show. *O Aprendiz* is conducted by the successful ads businessman, Roberto Justus, and is a Brazilian version of the American reality show *The Apprentice*. *O Aprendiz* host has defined it as a creative and inventive selecting process that here aimed at hiring a young executive to work at the large New York marketing agency *Wunderman*, and this job would offer contractually-secured high incomes for at least one year. I considered this reality show an interesting cultural pedagogy able to teach about the ‘art’ of leading and strategies aiming at ‘good’ performance in teams, directed not only for the young executives participating in the Programme, but also for television viewers. These lessons often are close to practices regarded as belonging to a kind of work Sennett (2001) has referred to as a flexible work, particularly concerning how male and female executives relate to each other, that is, articulate in the managerial scene and their ability to adapt to different challenges and live under constant risk of being dismissed. Throughout the 16 episodes of the Programme, qualifications taken as indispensable for an executive wanting to be professionally successful have been established. Among the characteristics the Programme host pointed out to make up the wanted candidate are: always going on the offensive; being a light sleeper; aggressive and determined; professional rather than amateur, etc., which Justus would represent with the bronze bull statue adorning the New York City Madison Avenue. These characteristics were highlighted throughout 16 episodes of the Programme and it also emphasized that men and women learning to be successful executives should exhibit them.

Keywords: Cultural Studies in Education – media – reality-show.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Capa do livro <i>Como Chegar Lá</i> de Donald Trump	30
Figura 2: Capa do livro <i>Como Ficar Rico</i> de Donald Trump	30
Figura 3: Fotos do casamento de Justus com Ticiane Pinheiro (Caras, 21-26 maio 2006)	32
Figura 4: Justus é comparado a Trump (IstoéDinheiro, 11 ago. 2004, <i>capa</i>).....	32
Figura 5: Biografia de Roberto Justus	32
Figura 6: Suíte presidencial onde se desenrolou todas as quatro edições de <i>O Aprendiz</i>	34
Figura 7: Justus na <i>sala de reunião</i> sentado entre Walter e Viviane	37
Figura 8: Capa do livro <i>A Aprendiz</i>	46
Figura 9: Capa do livro <i>Eu Aprendi!</i>	46
Figura 10: O RH dá IBOPE (Revista Melhor, n.214, set. 2005, <i>Capa</i>).....	47
Figura 11: Viviane comemora a vitória.....	61
Figura 12: Fábio Porcel apreensivo rói as unhas	61
Figura 13: Roberto e o touro de bronze.....	63
Figura 14: Prédios da Avenida Madison	66
Figura 15: Justus em Wall Street.....	68
Figura 16: Justus na Avenida Madison.....	69
Figura 17: Justus apresenta a <i>sala de reunião</i> e as/os participantes.	72
Figura 18: Justus na sala de reunião alavanca a competição.	74
Figura 19: A Filha da Paula.....	76
Figura 20: Surpresa de Aníbal	77
Figura 21: Justus dá a primeira ordem para as equipes.	80
Figura 22: Marília apresentando o logotipo.....	82
Figura 23: Peter apresentando o logotipo	82
Figura 24: Logotipo da equipe das mulheres.....	83
Figura 25: Logotipo da equipe dos homens.....	83
Figura 26 : As mulheres em frente ao trailer	85
Figura 27: Os homens em frente ao trailer	85
Figura 28: Pedro fala para as câmeras na saída da Academia Bioritmo.	87
Figura 29: Marília de costas e Bia à frente. As duas discutem no Hilton.	89
Figura 30: Justus entre Walter e Viviane anuncia a vitória da <i>Alliance</i>	90
Figura 31: Karine diz: <i>Marília não soube liderar</i>	91
Figura 32: Os homens brindam a vitória	91
Figura 33: Os homens festejam a vitória	92
Figura 34: Letícia diz: <i>Yanne não sabe relacionar-se</i>	92
Figura 35: Marília, Carolina e Paula na temida <i>sala de reunião</i>	93
Figura 36: Marília entra no táxi.....	94

Figura 37: Marília dá o seu depoimento final.....	94
Figura 38: Justus apresenta a ao vivo a “grande final”	99
Figura 39 : Uma das imagens apresentadas no videoclipe de Anselmo	100
Figura 40: Uma das imagens apresentadas no <i>videoclipe</i> de Bia.	100
Figura 41: As/Os ex-candidatas/os que auxiliaram na execução da última tarefa do Programa	103
Figura 42: Composição inicial da sala de reunião.....	111
Figura 43: Parede móvel que dividia o palco e a platéia começou a ser removida.....	111
Figura 44: A escultura do touro de bronze localizada na Avenida Madison	116
Figura 45: Um tubarão, um leão, uma formiga e um lobo.....	117
Figura 46: Anselmo é <i>O Aprendiz</i>	123
Figura 47: Anselmo de terno preto com gravata de listras discretas em diagonal	127
Figura 48: Justus de terno preto com gravata de listras discretas em diagonal.....	127

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO – Perspectivas para ver <i>O Aprendiz</i>	11
I ATO – Este é um programa para profissionais? Meus (des)encontros com o reality show <i>O Aprendiz</i>.	16
Olhar televisão pode ser, também, olhar para a Educação	23
II ATO – Um Close em <i>O Aprendiz</i>	29
III ATO – A Realidade é Show	40
IV ATO – O RH dá Ibope	45
O RH que dá dinheiro.....	50
Algumas considerações sobre a noção de trabalho flexível e a globalização	51
V ATO - Histórias sobre Nova Iorque, Coração, Touros, Formigas, Leões e outras mais	57
Vamos para Nova Iorque? Roberto Justus: traçando um “perfil” de executiva/o internacional e bem sucedida/o.....	59
<i>Momento 1:</i> Descrição do videoclipe de abertura da terceira edição de <i>O Aprendiz</i>	60
<i>Momento 2:</i> A apresentação da escultura do touro de bronze	62
<i>Momento 3:</i> A apresentação da Avenida Madison.....	66
<i>Momento 4:</i> A apresentação de Wall Street.....	67
<i>Momento 5:</i> Justus novamente na Avenida Madison.....	69
<i>Momento 6:</i> Justus apresenta as regras do jogo em São Paulo	70
<i>Momento 7:</i> Os executivos imitam os touros e as executivas cuidam das/os filhas/os.....	73
<i>Momento 8:</i> A surpresa de Paula	75
<i>Momento 9:</i> A surpresa de Aníbal	77
<i>Momento 10:</i> Justus dá a primeira ordem às/aos candidatas/os: eu quero um logo tipo.....	79
<i>Momento 11:</i> As Águias são um pouco óbvias. <i>Alliance</i> é mais pomposo!.....	81
<i>Momento 12:</i> As mulheres “querem ficar bonitinhas” e os homens querem oferecer “serviços de avaliação física e corporal”.....	84
<i>Momento 13:</i> A argúcia, a perspicácia e a audácia de Pedro	87
<i>Momento 14:</i> As Águias não conseguem voar.....	88
<i>Momento 15:</i> Justus anuncia a vitória da <i>Alliance</i>	90
<i>Momento 16:</i> Marília, Você está demitida!.....	92
<i>Momento 17:</i> Marília, volta para casa de taxi.....	94
As últimas farpas ao vivo e a cores – A formiga venceu o leão e Anselmo foi contratado!.....	97
<i>Momento 1:</i> Justus apresenta ao vivo a grande final.....	98
<i>Momento 2:</i> Apresentação do videoclipe de Anselmo.....	99
<i>Momento 3:</i> Apresentação do videoclipe de Bia	100
<i>Momento 4:</i> Justus instiga as/os ex-candidatas/os	101
<i>Momento 5:</i> Justus diz: Bia sabe utilizar os argumentos corretos.....	105
<i>Momento 6:</i> Justus propõe uma votação entre as/os ex-candidatas/os para escolha da/o finalista	107

<i>Momento 7: Começa uma outra reunião. Apenas Bia e Anselmo, enfrentam Justus, Walter e Viviane..</i>	110
<i>Momento 8: Tarefa Final Empatada. Justus Propõe uma Nova Avaliação !</i>	114
<i>Momento 9: A Prova do touro de bronze sempre pronto para atacar (figura 44)</i>	115
<i>Momento 10: Um Tubarão, um Leão, uma Formiga e uma Raposa</i>	117
<i>Momento 11: Walter Longo e Viviane Ventura aconselham Justus pela última vez</i>	119
<i>Momento 12: Bia Explica-se: tenho gênio forte, mas não sou ruim.</i>	121
<i>Momento 13: Anselmo diz: a formiga já se adaptou a Nova-Iorque</i>	122
<i>Momento Final: A Formiga Venceu o Leão. Anselmo é O Aprendiz</i>	123
ATO FINAL	128
Referências Bibliográficas	132
Anexos	137

INTRODUÇÃO – PERSPECTIVAS PARA VER *O APRENDIZ*

Os problemas que enfrentamos de fato, não têm, como nunca tiveram os problemas sociais, uma solução inscrita em seu enunciado. Trata-se antes de perguntar para fazer ver do que para encontrar, de imediato, um plano de ação. Não são perguntas sobre o que fazer, mas como armar uma perspectiva para ver (Sarlo, 2000, p.10).

Nesta dissertação, busco ver que representações de executivo e de executiva são (re)produzidas e colocadas em circulação na terceira edição do *reality show O Aprendiz*, exibido no Brasil, pela Rede Record, canal aberto de televisão, no período compreendido entre 6 de agosto e 26 de setembro de 2006, atentando para as estratégias, táticas e critérios avaliativos utilizados nesse Programa. *O Aprendiz*, auto-definido como um criativo e inovador processo seletivo, objetivou a contratação de um/uma jovem executivo/a para atuar na grande agência de *marketing* nova-iorquina, *Wunderman*, sendo esse um emprego que ofereceria rendimentos elevados e garantidos contratualmente por, no mínimo, um ano ao/à vencedor/a dessa competição.

Inspirei-me para realizar este estudo, na perspectiva analítica dos Estudos Culturais, buscando uma aproximação com suas vertentes pós-estruturalistas, voltando minha atenção para a análise dos discursos produzidos a partir das representações veiculadas na terceira edição de *O Aprendiz*. Valho-me para tanto de estudos conduzidos por Stuart Hall sobre representação, cultura e discurso, bem como das contribuições teóricas de Alfredo Veiga-Neto, Maria Lúcia Wortmann, Rosa Hessel Silveira, Marisa Costa e Beatriz Sarlo. Além desses, recorro também às contribuições de Douglas Kellner sobre a cultura da mídia, assim como às considerações de Zygmunt Bauman e Richard Sennett, especialmente as que se referem às modalidades de trabalho exercidas na contemporaneidade, consideradas por esses autores como sendo ações *flexíveis*.

O programa *O Aprendiz* se constitui em uma versão brasileira do *reality show* estadunidense *The Apprentice*, idealizado pelo mega-milionário estadunidense, Donald Trump, sendo conduzido no Brasil pelo bem-sucedido empresário do ramo publicitário, Roberto Justus.

Destaco que elegi um programa televisivo como tema de estudo, por se constituir a televisão em um veículo de comunicação amplamente difundido na cultura contemporânea, a qual pode atingir simultaneamente milhões de pessoas, fazendo circular programas de variadas temáticas, entre os quais, notadamente nos últimos anos, têm ganhado cada vez mais projeção, os chamados *reality shows*.

O programa *O Aprendiz* pode ser caracterizado de muitas maneiras. Tanto podemos vê-lo como um *reality show*, quanto como um processo de seleção de emprego, sendo ambas perspectivas adotadas nesta dissertação. No caso da edição examinada, o mote do Programa direcionava-se à contratação de um/a executivo/a para atuar em uma renomada agência de *marketing* estadunidense e que proporcionaria ao vencedor ou a vencedora a garantia de uma elevadíssima remuneração de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) por um ano.

O cenário, no qual se desenrolou a maior parte do Programa, (re)produz um ambiente empresarial (um escritório) dotado de ampla estrutura tecnológica, instalado em uma luxuosa suíte do *Hotel Hilton São Paulo Morumbi*, local em que as/os dezesseis jovens executivas/os participantes permaneceram confinadas/os e constantemente vigiados por câmeras de TV, enquanto não eram demitidos/as por Roberto Justus que, neste *reality show*, assumiu a postura de um impiedoso chefe, frente àqueles/as que audaciosamente disputaram o excelente emprego oferecido ao/à vencedor/a da competição.

Considerarei esse *reality show*, como uma pedagogia cultural capaz de produzir efeitos não apenas nos/as jovens executivos e executivas que participam do Programa, mas, também, nos/as telespectadores/as, efeitos esses que incluem lições sobre a “arte” de liderar e táticas voltadas ao alcance de uma “boa” atuação em equipe, requisitos vistos como indispensáveis a um executivo ou executiva que aspire ter êxito na carreira profissional. Dessa forma, busquei ver a quem se endereçava este *reality show* e que representações foram nele (re)produzidas sobre o mundo do trabalho, bem como que ensinamentos específicos sobre os modos de ser executivo/o foram inventados,

mobilizados e postos em circulação na terceira edição de *O Aprendiz*. Atentei, igualmente, para estratégias e critérios avaliativos utilizados nesse badalado processo seletivo de emprego.

Trata-se, então, de ver que “qualidades” e características foram sinalizadas como necessárias a um/a bom/boa um/a executivo/a, neste *reality show*, e quais sujeitos são nele configurados como os mais aptos a atuarem no mundo dos negócios empresariais. Trata-se, ainda, de indicar como este Programa opera na produção de discursos que associam o exercício de uma função executiva a masculinidade, ao colocar em evidência situações em que são (re)produzidas “lições” acerca *do que é* ser um executivo homem competente, a partir das posturas assumidas por Roberto Justus, condutor e personagem principal das tramas desenroladas no Programa. Neste sentido, cabe lembrar Giroux (1995), quando ele afirma que os influentes pedagogos de nosso tempo não são apenas os professores da esfera escolar, mas, também, os agentes culturais que intermediam a cultura como os cinemas, os *shopping*, os rádios e a televisão.

Assim, entendo que Roberto Justus ao conduzir um processo seletivo ritualizado neste Programa televisivo, marca, reforça e dessa forma ensina, quais são as características configuradas como desejáveis para homens jovens executivos, bem como àquelas que correspondem às esperadas para as mulheres jovens executivas. É interessante frisar que foram destacados, no Programa, discursos que apresentaram Justus como um sujeito que combina uma carreira de empresário de sucesso a um “estilo de vida” *glamouroso*. Desse modo, ele passa a ser reiteradamente representado como o modelo ideal de executivo masculino, modelo ao qual deverão aproximar-se aqueles/as que pretendam ser um/a executivo/a bem-sucedido/a.

Já no *episódio 1* deste *reality show*, Roberto Justus passou a chamar a atenção e a enumerar características que foi definindo como próprias ao perfil da/o executiva/o que estava buscando selecionar, estando entre elas: *atacar sempre; ter sono leve; ter agressividade e determinação; ser profissional e não amador*, entre outras, que, segundo Justus, poderiam ser simbolizadas pela escultura do *touro de bronze* que adorna a Avenida *Madison*, na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos da América. Tais características foram ressaltadas ao longo dos *16 episódios* do Programa, nos quais foi igualmente

ênfatisado que homens e mulheres que pretendam se tornar executivos e executivas de sucesso precisariam necessariamente estampá-las.

Então, é inspirada na consideração de Sarlo (2000), sobre o papel que as perguntas possuem no processo investigativo, que indico que as análises desenvolvidas no decorrer desta dissertação tratam bem mais de “armar perspectivas para ver” *O Aprendiz*, “do que para encontrar, de imediato, um plano de ação” (p.10) que se volte a proposições de mudanças na configuração deste Programa. Observo que esse modo de entender o papel que as perguntas possuem no processo investigativo, inspirou-me na organização das discussões que conduzo acerca da terceira edição de *O Aprendiz*. Passo, agora, a apresentar o modo como está estruturada a dissertação, desenvolvida em cinco capítulos que denominei ATOS para buscar marcar mais fortemente a dimensão de espetáculo¹, desse Programa híbrido que traz para a televisão uma mistura de *show* e *business* (negócio no sentido empresarial).

No I ATO, intitulado *Este é um Programa para Profissionais? Histórias sobre meus (Des)Encontros com o Reality Show O Aprendiz*, apresento as motivações relacionadas ao meu interesse em examinar *O Aprendiz*, assim como algumas das maneiras possíveis de nos relacionarmos com a Educação a partir dos Estudos Culturais.

No II ATO, um *Close em O Aprendiz*, ocupo-me da apresentação e caracterização, da terceira edição, do *reality show O Aprendiz* valendo-me de uma linguagem televisiva, passo a dar um *close* neste Programa orientando meu olhar para alguns elementos coletados a partir das anotações feitas ao longo dos dezesseis episódios que assisti (e gravei), exibidos entre 6 de agosto e 26 de setembro de 2006, pela Rede Record, canal aberto de televisão.

¹ Relativamente a essa questão cabe indicar as idéias de Debord (1997), quando faz referência aos espetáculos; diz ele que esses “constituem o modelo atual da vida dominante na sociedade” (p.14). Então, mesmo que esse autor discuta essa problemática a partir de teorizações mais orientadas pelo campo econômico, estarei me valendo de aspectos que me parecem ser convergentes, entre as suas proposições e as perspectivas que estou considerando. Neste momento, destaco as que sugerem que o espetáculo como um dos modelos de vida predominantes nas chamadas culturas pós-modernas, nas quais as relações sociais encontram-se mediadas pelas imagens que são consumidas no espetáculo cotidiano do presente, em que ações como cozinhar, limpar a casa, tomar banho, ir ao banheiro, rir, chorar, namorar, expor sentimentos íntimos e até disputar um emprego assumem dimensão de *show*.

No III ATO, *A Realidade é Show*, apresento considerações sobre a profusão de programas do estilo televisivo *reality show*, bem como algumas outras características dos programas televisivos contemporâneos.

No IV ATO, *O RH dá Ibope*, indico que, além do Programa em si, encontrei outros materiais que “legitimaram” as edições de *O Aprendiz* a partir de uma perspectiva empresarial. Neste ATO, escolhi apresentar e analisar alguns dos discursos veiculados na revista *Melhor-Gestão de Pessoas* que trataram esse *reality show* como um modelo que poderia ser seguido por executivas/os. Apresento, também, algumas características que configuram o chamado trabalho *flexível*, por entender ser esse uma categoria útil no sentido de permitir aproximações com as práticas representadas em *O Aprendiz*.

Finalmente, no V ATO, *Histórias sobre Nova Iorque, Coração, Touros, Formigas, Leões e outras mais*, apresento algumas das histórias veiculadas na terceira edição de *O Aprendiz* e também analiso, a partir das transcrições do *episódio 1* e do *episódio 16* – respectivamente primeiro e último episódio –, os discursos através dos quais o Programa ensina (e nesse processo também define), quem é a/o executiva/o destacada/o como a/o mais adequada/o para atuar na *Wunderman* e quais características são consideradas indispensáveis àquelas/es jovens executivas/os que desejam investir em uma carreira bem-sucedida.

I ATO – ESTE É UM PROGRAMA PARA PROFISSIONAIS? – MEUS (DES)ENCONTROS COM O REALITY SHOW *O APRENDIZ*.

Este é um programa para profissionais! repetiu Justus com frequência ao longo dos episódios que compuseram *O Aprendiz*. Escolhi esta frase – na verdade, um bordão bastante característico ao Programa – para introduzir este ATO, pois tal frase me auxilia a marcar que a escolha de examinar o *reality show O Aprendiz* não me é alheia; sendo assim, discordo do provérbio popular que diz “qualquer coincidência é mera semelhança”.

Faço tal consideração para referir que as coincidências encontradas entre algumas práticas representadas em *O Aprendiz* e as situações que tenho vivenciado na “pele”, nos ambientes de trabalho em que já atuei na área de *marketing*, são similares (em alguma medida) àquelas vivenciadas pelas/os participantes do Programa. Quando, por exemplo, era incumbida de desenvolver novos produtos e serviços, de elaborar campanhas de *marketing*, de buscar parceiros/patrocinadores para os negócios da empresa e, ainda, quando era chamada para realizar atividades de treinamento para as equipes de atendimento da empresa onde atuei. Eu estava, muitas vezes, fazendo tarefas bastante similares às executadas pelas/os candidatas/os ao emprego no Programa. Então, saliento que as histórias contadas aqui possuem muitas semelhanças com o que sucede no mundo do trabalho.

Minha intenção, também, é antecipar às/aos leitoras/es, desta dissertação, que tudo o que está escrito nas páginas que seguem, representa uma espécie de *bricolagem* nem sempre ordenada, constituída a partir de histórias que perpassaram minhas vivências pessoais e profissionais, pois como considera Jorge Larrosa (2000) “é contando histórias, nossas próprias histórias, o que nos acontece e o sentido que damos ao que nos acontece, que nos damos a nós próprios uma identidade no tempo” (p.69). Pretendi, com as reflexões que apresento nesta seção, dar (um pouco de) visibilidade à rede de movimentos que me constituíram ao longo do caminho, percorrido durante meu curso de mestrado. Tal caminho

foi marcado por muitas leituras, pelas disciplinas de que participei, dos importantes momentos de orientação junto à professora Maria Lúcia Wortmann, mas, também, pelas vivências procedidas para além das instâncias formais de ensino. Busquei, assim, indicar que minha trajetória acadêmica está atrelada à práticas culturais de muitas outras ordens que me têm interpelado.

Como tem sido bastante enfatizado por pesquisadores dos Estudos Culturais, como Nelson, Treichler e Grossberg (1995), conduzir análises culturais nos permite fazer muitas articulações com outros campos de estudo, além de nos autorizar a efetuar recortes em abordagens assumidas nesses campos, reorganizando-as de um outro modo e operando na direção de organizá-las como uma *bricolagem*. No entanto, por mais variados que possam ser os enfoques analíticos conduzidos nos Estudos Culturais, grande parte deles conflui para o exame das “práticas culturais do ponto de vista de seu envolvimento com, e no interior das relações poder” (p.11). Neste sentido, destaco, a partir de Wortmann (2002), que as análises conduzidas nos Estudos Culturais constituem-se em “formas interessadas em lidar com as práticas e produtos da cultura; delas resultam ‘novas’ histórias que não se localizam em nenhum dos campos buscados no decurso das análises” (p. 77).

O desejo de olhar para *O Aprendiz*, nele buscando encontrar uma dimensão educativa, foi se configurando enquanto presenciava alguns executivos, que trabalhavam em uma das empresas onde atuei, enunciarem expressões que lembravam os jargões proferidos pelo apresentador do Programa, Roberto Justus. Mesmo que em certas ocasiões tais jargões assumissem um tom jocoso, parecia-me que alguns colegas de trabalho estavam buscando apropriar-se das práticas apresentadas em *O Aprendiz*, elevando-as à condição de verdades; e isso ocorria, por exemplo, quando enunciavam expressões tais como: “como diz o Justus, ou você faz o que eu mando ou você está demitido”; “vamos ser objetivos, como diz o Justus”; “não é nada pessoal, são apenas negócios”; “esse programa é uma aula sobre negócios”, entre outras.

De qualquer forma, eles estavam referindo e repetindo enunciações aprendidas nesse *reality show*², ou seja, eles estavam não apenas lidando com as “máximas”

² Passo a considerar os *reality shows* como um estilo televisivo, marcado pela promessa do “real”, e não como um gênero televisivo, seguindo Sarlo (2000). Também, antecipo que tais considerações serão

aprendidas, mas, ao mesmo tempo, legitimando-as ao aplicá-las a situações que consideravam serem semelhantes às representadas em *O Aprendiz*. E isso me levou a conjecturar que questões e temas destacados nas cenas televisivas de *O Aprendiz* estavam mesclando-se com meu cotidiano profissional.

Desse modo, ao envolver-me com a escrita desta dissertação, precisei, também, olhar para o meu fazer profissional, pois foi no contexto das minhas relações de trabalho e nos discursos produzidos naquele ambiente, que me indaguei pela primeira vez sobre: por que não considerar tal Programa como uma possibilidade investigativa?

Desta primeira interrogação, foram emergindo outras, principalmente, quando escolhi localizar minha pesquisa no âmbito dos Estudos Culturais. O contato com autores como Stuart Hall, Alfredo Veiga-Neto, Maria Lúcia Wortmann, Marisa Vorraber Costa, Rosa Hessel Silveira e outras/os tantos que serão elencados ao longo desta dissertação, produziram inquietações que me levaram a olhar de modo mais intrigado para o meu próprio fazer acadêmico e profissional.

Neste momento, volto-me, mais uma vez, para minhas experiências profissionais, pois é interessante registrar que, neste exercício de problematização do que poderia se constituir em um objeto de pesquisa, lembrei que, embora *O Aprendiz* carregue a peculiaridade de assumir como temática as situações do mundo do trabalho, outros *reality shows* “emprestaram”, também, os seus jargões ao cotidiano das empresas. Nos locais em que venho atuando, algumas expressões produzidas nesses programas também foram repetidas com frequência. Entre essas, “estou no paredão!”, “hoje é dia de eliminação!”, quando alguém pretendia referir-se a possíveis demissões na empresa, ou, ainda, “estou No Limite!”³, quando pretendia referir que o volume de tarefas a ser realizado era excessivo.

Também em cursos de especialização, alguns deles realizados concomitantemente à primeira edição de *No limite*, era comum professoras/es vincularem os desafios a serem

ampliadas no III ATO desta dissertação, bem como indico que tratarei *O Aprendiz*, ora como programa, ora como *reality show* sem fazer distinções.

³ A primeira edição de *No Limite* foi exibida entre os meses de julho e setembro de 2000, pela Rede Globo de Televisão, e esse se constituiu em um dos primeiros programas do estilo *reality show* veiculados no Brasil. As tarefas realizadas pelas/os participantes desse *reality show* envolviam resistência física, sobrevivência na selva, entre outras atividades.

enfrentados por um/a executivo/a aos enfrentados pelos/as participantes de tal *reality show*, como se esses fossem uma espécie de exercício, capaz de ilustrar situações vivenciadas nas empresas cotidianamente. As/os professoras/es valiam-se, inclusive, de algumas práticas realizadas em tais programas, entre as quais se incluíam tarefas do estilo gincana, que envolviam a elaboração de logotipos, competições e desafios. Outras tarefas implicavam a testagem de nossa coragem e/ou capacidade de superação, tais como as que envolveram a prática do *rafting*, atividade esportiva que envolve a descida em bote em rios de corredeiras.

Faço tais referências para indicar o quanto certas atividades inspiradas em *reality shows* penetraram no âmbito organizacional de algumas empresas. A justificativa para tal é que todas/os precisam estar preparados para lidar com imprevistos, pois, diante das incertezas do mercado, “se faz necessário” saber atuar nas chamadas “zonas de desconforto”, ou seja, fora das situações estipuladas como padrão. Eu mesma, por exemplo, fui convidada a participar de *escaladas*, sob a justificativa de que o departamento em que atuava estaria sofrendo mudanças, implicando no atendimento de novas metas e que tal atividade proporcionaria uma suposta simulação dos desafios a serem enfrentados.

Cumprer destacar que, mesmo que as temáticas apresentadas em *O Aprendiz* sejam bastante similares às realizadas por um/a executivo/a, e que boa parte dos discursos, nos quais os produtores do Programa buscam inspiração, assemelhe-se a alguns conceitos que têm circulado no campo da Administração e que, ainda, mesmo sendo possível estabelecer relações entre *O Aprendiz* e o que se configura usualmente como sendo o mundo “real” do trabalho, este estudo não se ocupa em fazer prescrições, nem, tampouco, em buscar qualificar como “certas ou erradas” as condutas assumidas no Programa por Roberto Justus e pelos/as jovens executivos/as que dele participam.

Na perspectiva pós-estruturalista⁴ dos Estudos Culturais, da qual busquei aproximar-me para a condução das análises que apresento nesta dissertação, coloca-se sob suspeita a existência de uma realidade. Como indicou Veiga-Neto (1996) nessa perspectiva, não cabe falar-se sobre uma realidade, mas sim, sobre múltiplas configurações

⁴ Tal como sugeriu Veiga-Neto (1995), estou utilizando as expressões pós-modernismo e pós-estruturalismos como sinônimas por motivos de ordem prática para conduzir questões que envolvem o campo da Educação.

construídas por nós através da linguagem⁵ às quais denominamos de realidade. Ou seja, para Veiga-Neto (1996, p.168):

[...] não existe acesso à realidade do mundo, simplesmente porque não existe uma realidade do mundo, mas sim múltiplas configurações por nós construídas, às quais chamamos realidade do mundo e às quais damos sentidos muito variados. Então, talvez seja mais correto dizer que, para o pós-estruturalismo, não entra em jogo se existe mesmo isso que chamamos de realidade do mundo.

Então, nessa perspectiva, passa-se a compreender que é nas redes de significados constituídos pela linguagem que a realidade – ou talvez, seja melhor referir, aquilo que convencionamos chamar de realidade – é produzida.

Cabe registrar que as visões pós-modernas e pós-estruturalistas que emergem nas sociedades, principalmente nas sociedades ocidentais, a partir do final século XIX, podem ser referidas como “um estado da cultura após as transformações que afetaram as regras do jogo da ciência, da literatura e das artes”, tal como referiu Lyotard (1989) ao indicar as inúmeras modificações que vêm ocorrendo na cultura contemporânea. Como esse autor salienta, a pós-modernidade pode ser vista como sendo um estado de incredulidade em relação às metanarrativas constituídas na modernidade⁶ (p.11).

Para Silva (1995), o deslocamento principal efetuado pelas visões pós-modernas e pós-estruturalistas corresponderia a uma mudança “do paradigma da consciência para o paradigma da linguagem” (p.249). Nessas perspectivas, o sujeito passa a ser visto como uma construção social e histórica, ou seja, como constituído pelos discursos postos em circulação nas muitas instâncias da cultura. Já na perspectiva moderna, “o sujeito é considerado como uma essência que preexiste a sua constituição na linguagem e no social”, isto é, ele é visto como dotado de autonomia e independência (p.248).

⁵ Veiga-Neto (2003) indica que a modificação sobre o entendimento “tradicional da linguagem assumindo a impossibilidade de fundamentá-la de forma lógica e ontologicamente fora dela mesma” é um dos efeitos da chamada “virada lingüística”, que começou a ser empreendida a partir das primeiras décadas do século XX, especialmente pelo filósofo Ludwig Wittgenstein (p.12). A chamada “virada cultural” também costuma ser associada à “virada lingüística”, conforme discute Hall (1997a). Destaco que estarei apresentando no decorrer deste ATO algumas breves considerações sobre a chamada “virada cultural”.

⁶ A modernidade é entendida aqui neste estudo, não só como uma época histórica, mas, também, como um modo de viver e de pensar orientado pela busca da ordem e pelo controle das ambivalências, tal como é discutido por Bauman (1999a).

Além disso, as visões pós-modernas e pós-estruturalistas destacam atributos para um chamado sujeito pós-moderno constituído por identidades que permanecem sempre incompletas; sempre “em processo” de formação, sendo, então, essas identidades frágeis e provisórias. Ou seja, tais identidades seriam suscetíveis à mudança, na medida em que os diferentes discursos que circulam na cultura atuariam constantemente nas lutas processadas em direção à imposição de significados. A partir de Hall (2002), devemos pensar as identidades como construídas no interior da representação e da cultura. E, disso compreender, que as identidades possam ser vistas como “uma celebração do móvel: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (p.13).

Ainda é oportuno salientar que o que chamamos de realidade, nas perspectivas pós-modernas e pós-estruturalistas, pode ser entendido como uma representação, sendo que essa representação não é vista por Hall (1997b) como correspondendo a uma visão mimética de uma pretensa realidade, que seja passível de comparação com um modelo ou um suposto padrão. Conforme propõe Hall (1997b), ao introduzir a noção de representação cultural, a produção de significados não está associada a um significado específico ou mais verdadeiro, pois somos nós na sociedade, nas culturas humanas, que fazemos as coisas terem significados. Como diz o mesmo autor: “a representação é o processo pelo qual os membros de uma cultura utilizam a linguagem para produzirem significados” (p. 61).

Isto é, “o significado surge não das coisas em si”, mas é resultante de um caráter discursivo; logo, “uma pedra é apenas uma pedra num determinado esquema discursivo ou classificatório”. Então, ainda que a existência material dessa pedra não possa ser negada, é possível dizer que “seu significado é resultante não de sua essência natural, mas de seu caráter discursivo” (Hall, 1997a, p. 29). Para Hall (1997a), os discursos referem-se “tanto à produção de conhecimento através da linguagem e da representação, quanto ao modo como o conhecimento é institucionalizado, modelando práticas sociais e pondo novas práticas em funcionamento” (p. 29).

Como apontou Silva (2000), a representação “expressa-se por meio de uma pintura, de uma fotografia, de um filme, de um texto, de uma expressão oral”, ou seja, expressa-se através de diferentes linguagens, correspondendo, então, como ressalta o mesmo autor, a

“um sistema lingüístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder” (p.90-91).

À medida que admitimos que as práticas de representação se estabelecem e são atravessadas pelas relações de poder, cabe indicar que tento me aproximar do entendimento de poder tal como ele foi enunciado pelo filósofo francês Michel Foucault, do qual me acerco através dos estudos de Veiga-Neto. Nessa acepção, admite-se que o poder manifesta-se em todas as relações, estando presente em todas as tramas sociais da vida cotidiana, pois “não há exterioridades”, conforme indica Veiga-Neto (1995) ao afirmar que:

[...] o poder se manifesta em todas as relações, como uma ação sobre outras ações possíveis, as resistências têm de se dar dentro da própria trama social e não a partir de um lugar externo (p. 32).

Compreender o poder dessa forma implica admitir que ele não emana de uma organização central, nem se concentra em alguém ou em uma determinada estrutura, mas que existem múltiplas formas de dominação que são exercidas nas sociedades em todas as direções e sentidos, gestando-se o poder em todas as práticas relacionais. Como indica Veiga-Neto (1995), a vontade de poder se produz no jogo das práticas concretas que circulam em todas as esferas da cultura e buscam legitimar verdades. Como salienta Hall (1997a), estamos inscritos nas relações de poder e não deveríamos nos “surpreender, então, que as lutas pelo poder deixem de ter uma forma simplesmente física e compulsiva para ser cada vez mais simbólicas e discursivas, e que o poder em si assuma, progressivamente, a feição de uma política cultural” (p. 20).

Woodward (2000) considera que a representação cultural é uma prática de significação que, além de produzir significado, envolve relações de poder que compreendem “o poder para definir quem é incluído e quem é excluído” (p.18).

Para Woodward (2000, p.17):

É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. Podemos inclusive sugerir que esses sistemas simbólicos tornam possível aquilo que somos e aquilo no que podemos nos tornar.

Assim, entendo serem as representações culturais instituídas em controversos processos de significação. E, entendo, ainda, também a partir de Hall (1997ab) que os significados não se colam indelevelmente às representações. A realização de análises que questionem categorias consideradas “naturais”, em função do destaque que lhes foi atribuído a partir de recorrentes representações e discursos, ganha, então, importância nas análises culturais. Nessas análises, além disso, ganha relevância a consideração das dimensões históricas relativas às produções culturais examinadas. Cabe salientar, que ao analisar as representações veiculadas na terceira edição de *O Aprendiz*, lidei com a representação a partir de uma perspectiva construcionista (Hall, 1997b); isto é, considere que a representação tem efeitos constitutivos sobre os sujeitos e sobre suas visões de mundo – e que as representações podem construir posições para sujeitos e que esses passam, muitas vezes, a assumir tais posições ou a tomá-las como referência.

Olhar televisão pode ser, também, olhar para a Educação

Podemos nos relacionar com a Educação de várias maneiras; contudo, problematizar a mídia como fornecedora de modelos e de representações, bem como os seus efeitos produtivos em diferentes direções, possibilita vê-la operando como uma pedagogia cultural. Sendo essa perspectiva analítica assumida em muitos estudos que têm buscado articular a Educação aos Estudos Culturais⁷.

As análises conduzidas sob a inspiração dos Estudos Culturais chamam a atenção para a *centralidade da cultura* e para o papel constitutivo que essa exerce em todos os aspectos da vida social. Hall (1997a) afirma que tal expressão serviria para indicar a forma como a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, através de revistas, jornais, esportes e outras práticas. Isto é, os Estudos Culturais abandonam a divisão entre o que se convencionou chamar de “alta e baixa cultura” e consideram importante analisar todos os tipos de produções culturais. Além disso, por conferirem *centralidade à cultura*, assumem que todas as práticas sociais são também práticas culturais, ampliando, dessa forma, os modos de olhar para a cultura e de defini-la.

⁷ As articulações da Educação aos Estudos Culturais têm sido assumida em muitos estudos, entre os quais os conduzidos em muitas das pesquisas do Programa de Pós-Graduação em Educação da ULBRA.

Esse autor, além de chamar a atenção para *centralidade à cultura*, afirma que:

Os seres humanos são seres interpretativos, instituidores de sentido. A ação social é significativa tanto para aqueles que a praticam quanto para aqueles que observam: não em si mesmas mas em razão dos muitos e variados sistemas de significados que os seres humanos utilizam para definir o que significam as coisas e para codificar, organizar e regular sua conduta em relação aos outros. Estes sistemas, códigos de significados dão sentidos as nossas ações. Eles nos permitem interpretar as ações alheias. Tomados em seu conjunto, constituem nossas culturas. Contribuem para assegurar que toda ação social é ‘cultural’, que todas práticas sociais expressam ou comunicam um significado e, neste sentido, são práticas de significação (Hall (1997a, p. 16).

Essa atribuição de centralidade à cultura passou a ser entendida como tendo promovido uma *virada cultural*, a qual se associa à *virada lingüística*, movimento que promovera a ampliação das compreensões acerca dos efeitos da linguagem. A partir da *virada lingüística* passou-se a atribuir à linguagem não apenas a função de agir como mediadora das ações dos sujeitos, mas passou-se a vê-la como atribuindo significados às “coisas” e exercendo, nesse sentido, um papel constitutivo sobre os significados e os sujeitos. Ou, como Hall (1997a) argumentou, a partir da *virada cultural* surge um “interesse na linguagem como um termo geral para as práticas de representação, sendo dada à linguagem uma posição privilegiada na construção e circulação de significado” (p.28).

Então, os Estudos Culturais vêm, segundo Wortmann (2002) – inspirada em outras analistas culturais – colaborando com os esforços para que se proceda ao exame de diversas práticas culturais, e não apenas das formas culturalmente mais “privilegiadas”. Além disso, a autora enfatiza que os Estudos Culturais são especialmente produtivos por indicarem outros modos de tencionar o pedagógico ao nos autorizarem a colocá-lo em articulação com muitas outras instâncias e produções da cultura.

Muitos são os conhecimentos que adquirimos através das múltiplas produções postas em circulação na cultura contemporânea, como, por exemplo, através da mídia e, notadamente, da televisão. Ainda que o objetivo primeiro dessas variadas instâncias não seja, necessariamente, o de ensinar é possível dizer que essas têm atuado de forma tão importante relativamente às aprendizagens que adquirimos quanto os processos de escolarização formal. Como destacou Silva (1999), nessa perspectiva, “ao mesmo tempo

que a cultura é vista como uma pedagogia, a pedagogia é vista como uma forma cultural” (p.139).

Neste sentido, Steinberg (2002), em seu estudo sobre a construção da infância pelas grandes corporações, afirma que o termo pedagogia cultural refere-se à Educação que “ocorre numa variedade de locais sociais” como, por exemplo, nas bibliotecas, nos cinemas, nas revistas, nos jornais, ou seja, em diversas instâncias culturais “incluindo a escola, mas não se limitando a ela” (p.101-102).

Dessa forma, justifica-se, por exemplo, a intenção de estudar representações e discursos que circulam na televisão para que, desse modo, possa-se igualmente ampliar a compreensão sobre alguns modos de constituição dos chamados sujeitos pós-modernos. Sarlo (2000, p.91), ao discutir as dinâmicas televisivas, considera que dentre todos os discursos que circulam na contemporaneidade é o da televisão o que produz maior efeito de familiaridade, pois “a aura televisiva não vive da distância e sim de mitos cotidianos”. Segundo essa autora, como a televisão penetra na cultura diariamente, levando as/aos telespectadoras/es uma diversidade de dramas, piadas e clichês, “só existe um jeito de aprender televisão: vendo-a” (p.92).

Wortmann (2002) alerta-nos, no entanto, que, muitas vezes, algumas produções culturais são vistas como menos legitimadas do que outras, não sendo essa, no entanto, a perspectiva assumida pelas análises culturais. Costa e Comozzato (2006) chamam a atenção para a proeminência das análises culturais ocupadas em pesquisar o caráter constitutivo e interpelativo que a televisão vem assumindo atualmente.

A televisão é um dos veículos de comunicação mais difundidos na cultura, podendo atingir simultaneamente milhões de pessoas, merecendo ser especialmente destacada a profusão de programas do estilo *reality show*, que passaram a lidar com situações que produzem e fazem circular significados que envolvem, por exemplo, modos de ser pai, mãe, jovem, criança, cantor, cantora, marido, etc. Fischer (2006, p.87) enfatiza a importância de “rachar” as coisas ditas nos telejornais e telenovelas, nos comerciais e nos *reality shows*” e atentar para o que eles produzem e colocam em circulação. Ou seja, todas as autoras citadas colocam em destaque a importância de promoverem-se análises culturais das produções televisivas.

Além disso, é importante atentar, tal como considerou Kellner (2001), que estamos sendo submetidos a um fluxo sem precedentes de imagens e sons nos tempos atuais; e que, a todo instante, novos modos de entretenimento, de informação e de espetáculo veiculados pela mídia “urdem o tecido da sua vida cotidiana”. Tal como também considerou Kellner (2001), “o rádio a televisão, o cinema e os outros produtos da indústria cultural fornecem modelos daquilo que significa ser homem ou mulher, bem-sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente” (p.9). Ou seja, esse autor entende que vivemos a *cultura da mídia* e que tal cultura é constituída através de:

[...]sistemas de rádio e reprodução de som (discos, fitas, CDs e seus instrumentos de disseminação, como aparelhos de rádio gravadores); de filmes e seus modos de distribuição (cinemas, vídeo cassetes, apresentação pela TV); pela imprensa, que vai de jornais e revistas; e pelo sistema de televisão, situado no cerne desse tipo de cultura (p.9).

Busco estender o uso da expressão cultura da mídia relacionando-a, também, a outras mídias incorporadas à cultura contemporânea como os celulares, os DVDs, os videogames, as webcams, a Internet, etc. Então, penso que é possível dizer que olhar o outro e até mesmo o olhar sobre si mesmo passou a ser mediado, nos tempos atuais, por “máquinas de ver”, sendo esse um dos importantes fenômenos que configuram tal cultura.

Ainda pensando na “invasão da mídia” e nos efeitos que essa tem tido na alteração das compreensões e dos rituais praticados pelos sujeitos, cabe enfatizar que, em muitas situações, a vida tornou-se um espetáculo que não se furta a mostrar “quem tem poder e quem não tem, quem pode exercer força e violência, e quem não”, tal como afirmou Kellner (2001, p.10), valendo-se de uma noção de poder mais aproximada das teorizações críticas.

Cabe, ainda, indicar a consideração feita por Kellner (2001) que marca como as recentes programações televisivas, “contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não” (p.10). Ou seja, segundo a consideração desse autor, tais programas se constituem em importantes fontes de ensinamentos sobre as dinâmicas que têm configurado o mundo atualmente. Frente à multiplicidade de práticas culturais colocadas em circulação na televisão, resalto, então, que os programas que se caracterizam por conterem uma promessa de mostrar realidades e

a intimidade dos sujeitos, transformando-as em “verdadeiros” espetáculos, isto é, os chamados *reality shows* têm ocupado um espaço cada vez maior na mídia televisiva.

Sendo assim, minha tentativa de pensar acerca de meu objeto de estudo, buscando empreender articulações com outros campos de saber, decorre do entendimento de que *O Aprendiz* se configura como um programa televisivo do estilo *reality show*, tramado a partir de um conjunto de diferentes práticas culturais bastante peculiares à contemporaneidade. *O Aprendiz* envolve, por exemplo, a configuração do trabalho como uma ação flexível; a formação de comunidades de ocasião; a admissão do risco como variável constante, entre outras práticas, como estarei discutindo nos IV e V ATO .

Como já indiquei anteriormente, inspirada em Nelson, Treichler, e Grossberg (1995), busquei conduzir análises culturais, fazendo articulações com outros campos de estudos e operando em direção ao que os autores citados chamaram de *bricolagem*, pois, como referiu Wortmann (2002), diferentemente das posições usualmente assumidas pelas ciências ortodoxas, os Estudos Culturais nos fornecem a possibilidade de incursionar em teorizações e metodologias de muitas áreas do conhecimento como a História, a Antropologia, a Literatura, a Comunicação, “isentando seus praticantes da obrigatoriedade de localizar, os estudos que conduzem, exclusivamente, em uma delas” (p.76).

Então, inspirada nas/os autoras/es que venho indicando, parece-me ser importante atentar para representações produzidas e postas em circulação no programa *O Aprendiz*, especialmente porque esse se destaca por sua aceitação⁸ junto as/aos telespectadoras/es. E foi esse o caminho que resolvi seguir no estudo que realizei ao longo do curso de mestrado, no qual analisei as representações de executivos e de executivas trazidas para a cena televisiva, através da terceira edição de *O Aprendiz*.

Dessa forma, cumpre indicar que esta dissertação adotou como metodologia a pesquisa qualitativa. Destaco que para proceder às análises fez-se necessário providenciar,

⁸ Conforme o que foi anunciado no site da Rede Record, a terceira edição de *O Aprendiz* disputou ao longo da exibição dos seus 16 episódios o segundo lugar com o SBT. Inclusive, chegou a ter picos em primeiro lugar, ultrapassando por alguns segundos a emissora líder de audiência, Rede Globo. Como, por exemplo, no *episódio 6*, exibido dia 22 de agosto de 2006 e no *episódio 16* (final), exibido no dia 26 de setembro de 2006 (<www.rederecord/aprendiz.com.br> Acesso: 28 set. 2006).

primeiramente, a gravação de todos os episódios; posteriormente, foi necessário transcrever os momentos sobre os quais escolhi concentrar minhas análises, procedimentos que detalharei no V ATO desta dissertação. No próximo ATO, ocupo-me da caracterização geral da terceira edição de *O Aprendiz*.

II ATO – UM CLOSE EM *O APRENDIZ*

Nesta seção, passo a apresentar aspectos relativos à terceira edição brasileira do *reality show O Aprendiz*; ou seja, valendo-me de uma linguagem televisiva, passo a dar um *close* neste Programa, orientando meu olhar para alguns elementos coletados a partir das anotações feitas ao longo dos dezesseis episódios que assisti (e gravei), exibidos entre 6 de agosto e 26 de setembro de 2006, pela Rede Record, canal aberto de televisão.

Assinalo que não incluí em minhas análises a quarta e última edição de *O Aprendiz*, cuja exibição foi concluída no mês de julho de 2007, pois o prazo estipulado para a defesa dessa dissertação praticamente inviabilizou qualquer pretensão neste sentido. Assim, concentrei meu estudo na terceira edição de *O Aprendiz*, atentando para a forma como o Programa foi configurado. Detive-me, particularmente, em alguns trechos do *episódio 1*, exibido no dia 6 de agosto de 2006 e no *episódio 16*, exibido no dia 26 de setembro de 2006, que serão tratados no V Ato desta dissertação. Portanto, conforme já foi indicado, ocupo-me, agora, em apresentar a estrutura geral da edição terceira do referido Programa.

O Programa que inspira *O Aprendiz* é o estadunidense *The Apprentice*⁹, criado por *Mark Burnett*, produzido por *Mark Burnett Productions* em parceria com a *Trump Productions* e veiculado pela *National Broad Casting – NBC*, canal aberto de televisão, desde Janeiro de 2004. Nos Estados Unidos da América o Programa é comandado pelo bilionário Donald John Trump, dono de cassinos, hotéis e prédios famosos em Nova Iorque

⁹ As informações que seguem sobre *The Apprentice* foram publicadas na revista *IstoéDinheiro*, em tal reportagem os apresentadores do programa original e da versão brasileira são comparados em seus aspectos financeiros e comportamentais (*IstoéDinheiro. Vidas paralelas*. São Paulo: Três Editorial n.362, 11ago. 2004, p.86-87).

como a *Trump Tower*. Este mega empresário¹⁰, mais conhecido como Trump, também escreve livros voltados a ensinar às pessoas a “arte” de enriquecer e a ter sucesso na carreira, entre os quais estão: *Como chegar lá* (figura 1) e *Como ficar rico* (figura 2).



Figura 1: Capa do livro *Como Chegar Lá* de Donald Trump (<www.submarino.com.br>. Acesso em: 25 maio 2007.)



Figura 2: Capa do livro *Como Ficar Rico* de Donald Trump (<www.submarino.com.br>. Acesso em: 25 maio 2007.)

É interessante indicar, ainda, que *Trump* é dono de muitos outros empreendimentos, possuindo as concessões de concursos de beleza como o Miss Universo, Miss Estados Unidos e Miss Teen Estados Unidos, além de ser uma figura freqüente nas notícias sensacionalistas em função de seus casamentos e extravagâncias de diversas ordens.

Tanto *The Apprentice* quanto a versão brasileira *O Aprendiz*, engendram seus enredos a partir de desafios configurados em tais programas como próprios ao dia-a-dia de um/a executivo/a. Embora meu objetivo não seja o de comparar *The Apprentice*¹¹ com *O Aprendiz*, é oportuno indicar que a versão brasileira trata-se de uma franquia¹². Portanto, indico que as regras que orientam tanto o original estadunidense, quanto sua versão

¹⁰ Indico que a controvertida estadunidense, Martha Stewart e empresária do segmento da comunicação apresentou uma edição do *The Apprentice*, contudo, não obteve o mesmo sucesso de seu colega Trump que assumiu a apresentação de praticamente todas as edições desse *reality show* (www.folhaonline.com.br Acesso em: 12 dez. 2006).

¹¹ Após seis edições, Donald Trump anunciou o fim do *The Apprentice* (Veja. *Realidade por todos os lados*. São Paulo: Abril, n. 2012, 13 jun. 2007, p.130-131).

¹² Klein (2002) indica que está ocorrendo uma proliferação de franquias pelo mundo todo, nesta última década, especialmente de grandes empresas do segmento do entretenimento, da mídia e do varejo. Esta autora afirma que “tecnicamente uma franquia é de propriedade do franqueado”, contudo, é o franqueador que determina as regras que necessitam ser seguidas pelo franqueado, de modo que as características que configuram uma marca/produto sejam mantidas e facilmente identificadas por aqueles/as clientes que as consomem (p.155).

brasileira são bastante similares, valendo destacar que o condutor do programa estadunidense *Trump* é bem mais audacioso, intrépido, assim como bem mais rico do que seu colega brasileiro Justus, que nem por isso é menos impetuoso.

Contudo, em ambos, ocorre uma eliminação (demissão) por episódio, isto é, gradualmente ocorre a eliminação do/a jovem executivo/a destacado/a pelo pior desempenho na tarefa solicitada, ou seja, aquele/aquela que não consegue obter o êxito esperado naquilo que foi proposto pelos condutores desses programas. Ao final, conforme é estabelecido pelas regras compartilhadas em ambos programas, resta apenas um/a único/a selecionado/a para o alcance dos sempre cobijados cargos executivos.

Como já indiquei na Introdução desta dissertação, o programa brasileiro é comandado por Roberto Justus, publicitário paulista, que há quatro edições conduz este *reality show* que estreou no Brasil em novembro de 2004. Justus, antes de entrar em cena nesse *reality show*, já se destacava por ser um bem-sucedido empresário do ramo publicitário e também por ser o que usualmente denomina-se uma *celebridade*.

Ele é constantemente destacado em capas de revistas que dão visibilidade à vida íntima de sujeitos “famosos”, sendo retratado, com frequência, ao lado de belas “modelos”, apresentadoras de programas televisivos e outras mulheres colocadas em evidência nos diferentes veículos da mídia. Formado em Administração de Empresas pela Universidade Mackenzie, Justus iniciou sua carreira na publicidade em 1981. Atualmente, preside o Grupo Newcomm, que é formado pelas empresas *Y&R*, *Wunderman*, *Dez Propaganda*, *Ação Produções Gráficas* e *Maestro Business & Promotion*, que atuam em diferentes segmentos do mercado da comunicação (ANDRADE; JUSTUS, 2006).

Uma das mais destacadas aparições (recentes) de Justus envolve a reportagem sobre seu casamento – brindado com drinques criados exclusivamente para a cerimônia – com a jovem modelo e atriz Ticiane Pinheiro, mais conhecida por ser filha da famosa “*Garota de Ipanema*”, Elô Pinheiro, que foi “musa inspiradora” de Vinícius de Moraes e Antônio Carlos Jobim. Ou seja, Justus combina atributos profissionais, que o apontam como um executivo de sucesso, a um “estilo de vida” *glamouroso*, que celebra e destaca comportamentos e “modos de ser” configurados como próprios aos homens ricos, bem-sucedidos profissionalmente e famosos, recorrentemente espetacularizados pela mídia

contemporânea, especialmente, no “risinho e brilhante” mundo da revista Caras (Silveira, 2006, p.1).

Por outro lado, diferentemente das demais *celebridades* representadas e produzidas em outros *reality shows*, Justus tem a vantagem de ser uma *celebridade* curinga, pois recortes de sua vida particular e profissional circulam em variados veículos de comunicação, desde aqueles que se ocupam em atender às curiosidades de fãs até veículos especializados em atender os segmentos empresariais (figuras 3, 4 e 5).



Figura 3: Fotos do casamento de Justus com Ticiane Pinheiro (Caras, n.655, 21-26 maio 2006)



Figura 4: Justus é comparado a Trump (IstoéDinheiro, n.362, 11 ago. 2004)

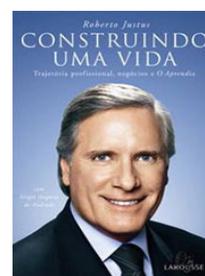


Figura 5: Biografia de Roberto Justus (Construindo uma Vida: trajetória profissional, negócios e *O Aprendiz*)

Na edição que analisei, o Programa contou com a participação de dezesseis jovens executivas/os que competiram por um emprego de nível executivo a ser ocupado na agência de marketing direto¹³ *Wunderman*, sediada em Nova Iorque, Estados Unidos da

¹³ Inspirada no que discute Kotler (2000), indico que o *marketing direto* se ocupa em tornar os produtos, serviços e as condições do “negócio” mais flexíveis, fazendo uso de tecnologias como videoconferências, *softwares*, páginas na Internet, intranet e extranets. Nessa nova abordagem, as empresas estariam disponíveis para os seus clientes “sete dias por semana, vinte e quatro horas por dia, em linhas de 0800, *websites* ou correio eletrônico”. segundo tal autor, as práticas de *marketing* direto buscam maneiras de “agregar valor”

América. O Programa pretendeu, então, (re)produzir um processo de seleção para a obtenção de um cargo executivo de alto nível, que ofereceria ao seu vencedor ou a sua vencedora a remuneração de anual de R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais).

A terceira edição de *O Aprendiz* representou, então, um processo de seleção para obtenção de um emprego para o qual, antes do início do Programa, já se tinham classificado em uma seleção prévia oito jovens executivas e oito jovens executivos, em sua maioria oriundos das áreas de administração, vendas e *marketing* (ver Anexo A).

Animados pelo prêmio – a obtenção de um cargo executivo de alto nível –, durante dezesseis episódios, esses/as jovens competiram entre si, buscando cada um deles/as provar a Justus, quem era o melhor homem ou mulher de negócios para atuar no escritório principal da agência de marketing direto *Wunderman*, situado em Nova Iorque, nos Estados Unidos da América. Essa empresa, que possui filiais em trinta e cinco países, foi descrita no *episódio 1*, por Justus como *uma das maiores agências de marketing direto do mundo*. Cumpre destacar, ainda, que o escritório da filial brasileira está localizado em São Paulo, sendo administrada pelo Grupo *Newcomm*, do qual o empresário e condutor do Programa, Roberto Justus, é o presidente, sendo a *Wunderman* de Nova Iorque administrada e de propriedade de outros executivos.

O cenário do Programa representa um ambiente corporativo (um escritório) e estava instalado em uma confortável suíte do luxuoso hotel Hilton São Paulo Morumbi, local em que as/os participantes permaneceram hospedadas/os (confinadas/os) e constantemente vigiados por câmeras, ao longo do *reality show*, isto é, enquanto não foram demitidas/os pelo condutor do Programa. Segue abaixo uma foto da sala da suíte presidencial onde estavam hospedadas/os (confinadas/os) os/as candidatos/as ao emprego:

nas suas relações com os clientes, não se fixando apenas em ofertas ou promoções, mas buscam respostas diretas e “mensuráveis” para atingir o mercado de forma segmentada e “assertiva” (alvo).



Figura 6: Suíte presidencial onde se desenrolou todas as quatro edições de *O Aprendiz*. (<www.rederecod.com.br/oaprendiz>. Acesso em: 20 set. 2006).

É preciso registrar que os/as competidores/as só podiam sair do hotel para o cumprimento das tarefas (ver Anexo B) solicitadas pela produção do Programa ou para usufruírem as premiações concedidas à equipe vencedora das diferentes tarefas, sendo que tais premiações incluíram jantares em restaurantes sofisticados e “da moda”, viagens nacionais, para Salvador, na Bahia, e até internacionais para cidades turísticas dos Estados Unidos e Portugal.

Como em todo programa televisivo, a trilha sonora ajudou a dar o “tom” de cada momento. Destaco, sobretudo, a música utilizada na vinheta de abertura de *O Aprendiz*, cujo refrão é bastante sugestivo e parece estar em perfeita sintonia com os discursos que circulam no Programa. A canção intitula-se *For the Love of Money*, gravada pelo grupo *The O'Jays*, destacando-se nela o refrão, no qual é repetida, muitas vezes, a palavra *money* (dinheiro). Tal canção, também é utilizada no programa estadunidense, e em todas as demais edições brasileiras de *O Aprendiz*, não tendo, no entanto, sido traduzida para o idioma português. Pode-se dizer, que tal canção ajuda a anunciar e a traduzir o clima de competição, bem como a marcar a natureza das lutas encenadas nessa competição, que além de envolver ganhos financeiros, oportuniza visibilidade e status social para aquelas/es jovens executivas/os que conseguem se destacar com suas performances.

A competição se iniciou com a divisão das/os candidatas/os em duas equipes, sendo uma equipe composta por oito executivos e a outra composta por oito executivas. Tal como sucedeu nas edições anteriores, o primeiro critério utilizado por Justus para dividir as equipes foi o sexo, passando os/as competidores/as a envolverem-se em um

confronto no estilo “homens contra mulheres”¹⁴. Parece-me interessante fazer tal destaque, mesmo que a partir do *episódio 3*, Justus tenha efetuado remanejamentos nas equipes, especialmente, para proceder à equiparação do número de competidores nos dois grupos em função das eliminações ocorridas.

Assim, a dinâmica do Programa se caracteriza por colocar sempre duas equipes em competição, sendo que essas foram incumbidas, a cada episódio, da execução de tarefas que envolveram captação de recursos financeiros (dinheiro), venda de produtos ou de serviços, assim como a elaboração de campanhas publicitárias, organização de sofisticadas convenções cuja execução sempre foi orientada pelo/a líder de cada equipe, que no Programa representa a posição de um/a gerente ou diretor/a de uma empresa.

Tais tarefas envolveram também a capacidade de assumir riscos, de trabalhar em equipe, de assumir posições de liderança, de demonstrar criatividade empresarial e principalmente, habilidade para captar recursos junto a grandes empresas. Porém, saliento que o resultado final das tarefas era mensurado, quase sempre, levando em conta a equipe com capacidade de obter maior lucro.

Durante a execução das tarefas, as equipes foram vigiadas por câmeras e pelo conselheiro do Programa, o consultor de empresas Walter Longo (que trabalha, inclusive, como consultor das empresas de Justus), e pela conselheira Viviane Ventura, uma jovem executiva que foi a vencedora da primeira edição de *O Aprendiz* e que atua com diretora de departamento da *Young & Rubican*, uma das empresas presididas por Justus¹⁵.

Pode-se dizer, que, tal como em um jogo, as equipes precisaram escolher um nome que as identificasse, respeitar as regras relativas ao cumprimento de prazos estabelecidos pelo dossiê¹⁶ que descrevia as tarefas, bem como escolher um/a líder para cada tarefa, a quem cabia incumbir-se da coordenação das atividades propostas ao longo dos dezesseis

¹⁴ Os critérios utilizados para dividir as equipes serão analisados no V ATO desta dissertação.

¹⁵ Indico que o consultor de empresas e professor da Business School de São Paulo, Edson Henriques Jr., também fez participações muito esporádicas como conselheiro de Justus, na terceira edição de *O Aprendiz*, substituindo as ausências de Walter e/ou Viviane.

¹⁶ Apresento no Anexo B uma relação de todas as tarefas solicitadas na terceira edição de *O Aprendiz*. Contudo, alerto que o dossiê que descreve as tarefas não é disponibilizado para as/os telespectadoras/es, sendo apenas referido no Programa. Dessa forma, a descrição que apresento é baseada naquilo que foi informado nos episódios, destaco eu, de maneira muito sintética.

episódios. É interessante registrar que o momento da escolha da/do líder foi uma das situações pouco exploradas no Programa, mas, segundo me pareceu, os critérios para escolha da/do líder foram decididos pelas/os integrantes de cada uma das equipes.

Após o cumprimento das tarefas, a equipe derrotada era sempre chamada a comparecer à *sala de reunião*¹⁷ para explicar o motivo da derrota a Justus. Conforme determinava as regras do Programa, o/a líder da equipe derrotada deveria voltar (após 24 horas) à *sala de reunião* trazendo consigo outras/os duas/dois integrantes de seu grupo que, segundo o seu entendimento, teriam sido as executivas ou executivos que “mais” contribuíram para a derrota da equipe; esse era, então, um momento em que os/as derrotados/as ficavam novamente *cara a cara* com Justus, bem como com Walter e Viviane, como era enfatizado nas narrativas apresentadas no Programa.

Enquanto isso, a equipe vencedora desfrutava de prêmios sofisticados como, por exemplo, jantares em restaurantes renomados, viagens a locais turísticos, de compras em lojas de grife, etc. Ao passo que, a equipe perdedora aguardava ansiosamente no Hilton um novo chamado de Justus para a reunião que decidiria qual executivo/a seria responsabilizado pelo fracasso da equipe e penalizado/a com a demissão.

Era na *sala de reunião* que o condutor do Programa, sentado em sua imponente cadeira, com um encosto bastante alto, sempre entre seus conselheiros Walter e Viviane, e, em clima de tribunal, proferia seus veredictos a respeito do desempenho da equipe derrotada. Neste local, tudo era organizado de modo a produzir um efeito de tensão e suspense: a *sala de reunião* era escura, iluminada só por abajures dispostos nas laterais, em pequenas estantes, o plano de cena explorado foi sempre o *close* das expressões faciais daquelas/es executivas/os inquiridos por Justus. Cabe referir que a *sala de reunião* merece, também, ser destacada por suas paredes vermelhas e pela longa e escura mesa de madeira disposta no centro da sala (figura 7).

¹⁷ A localização efetiva da *sala de reuniões* me pareceu indefinida, em alguns momentos sugeriu-se que a tal sala localizava-se em um dos escritórios de Justus, em São Paulo, já no episódio final, tal “sala” estava localizada em um dos estúdios da Record, conforme informou Justus. Saliento, que o cenário da sala onde ocorriam as demissões (e permanências) era sempre idêntico, não sendo possível indicar a sua localização.



Figura 7: Justus na *sala de reunião* sentado entre Walter e Viviane

A etapa do Programa que acontecia na *sala de reunião*, me pareceu ser sempre um dos momentos culminantes de *O Aprendiz*, pois era nesta etapa do *reality show*, que Justus decidia por uma demissão. O condutor do Programa alavancava a discussão solicitando aos seus três inquiridos que explicassem o motivo da derrota, ou seja, ele estimulava a criação de um ambiente de grande conflito entre todas/os membros da equipe, colocando-as/os em uma situação vulgarmente chamada de “saia justa”. Então, após estimular disputas – bate-bocas – entre as/os candidatas/os, isto é, depois de explorar exaustivamente todas essas situações é que Justus anunciava a/o executiva/o que seria excluída/o da competição, utilizando o bordão proferido por ele, de modo enfático, *Você está demitido!*

Após a demissão, a/o executiva/o era levada/o até o Hilton para apanhar suas malas e gravar seu último depoimento a bordo do táxi que levava as/os demitidas/os de “volta para casa” – todas as/os demitidas/os voltavam para casa de táxi e dentro dele concediam o seu depoimento de despedida que era apresentado na última parte do Programa – enquanto as/os outras/os recebiam uma nova chance de permanecer na competição e continuar a disputa pelo emprego.

Embora o conselheiro Walter e a conselheira Viviane estivessem sempre presentes na *sala de reunião*, esses passavam quase despercebidos, ainda que “devessem” promover contrapontos em relação às demissões; no entanto, na maioria das vezes, eles pareciam estar mais ocupados em não polemizar as “verdades” proferidas por Justus e suas falas não passavam de uma ou duas frases, no máximo, por episódio.

Nesse sentido, cabe referir que Justus fez questão de enfatizar, em todos os episódios, que a decisão final era dele, ou seja, que embora essa/es conselheira/os

ajudassem a alinhar o Programa e a tecer alguns brevíssimos comentários sobre os executivos e as executivas submetidas à avaliação, era ele quem mandava¹⁸ e tomava a decisão final – e isso parece ter sido desde o início do Programa uma das formas de configurar qual deveria ser a posição ocupada por um chefe.

Visivelmente, o momento em que Justus se encontra com os derrotados na *sala de reuniões*, é o momento mais produtivo do Programa, sobretudo, se pensarmos nas possibilidades analíticas demandadas por este estudo, no qual interessou-me analisar as representações de executivas e de executivos forjadas na terceira edição de *O Aprendiz*.

De maneira bastante peculiar esse *reality show* ensina às/aos participantes, bem como às/aos telespectadoras/es como se comportarem em reuniões, marcando, além disso, de diversas formas, o que um ambiente de trabalho empresarial contemporâneo espera que um/a executivo/a competente faça. O Programa se desenvolve em um clima de jogo, que é procedido em um ambiente que representa uma grande empresa internacional, movimentada pelo desejo das jovens executivas e dos jovens executivos de superar e eliminar suas/seus oponentes um a um para atingir seus objetivos. Por fim, ao que parece, o *reality show O Aprendiz* têm, também, a pretensão de inscrever as práticas nele veiculadas como um modelo de gestão empresarial, bem como de configurar quais as “qualidades” precisam possuir as/os executivas/os que buscam o sucesso.

Portanto, busco colocar sob suspeita algumas afirmações enunciadas nesse *show* televisivo, bem como as ações nele destacadas, que entendo estarem fortemente relacionadas ao modo *flexível* de lidar com o trabalho (Sennett, 2001). Assim, em *O Aprendiz* circulam saberes que estabelecem o *trabalho como uma ação flexível* e, dessa maneira, as representações de executivos e de executivas analisadas, nesta dissertação, encontraram semelhanças com discursos produzidos em outras instâncias culturais, contudo, relacionados a pensamentos hegemônicos. Dentro dessa ótica, entendo ser

¹⁸ Tal entendimento pode ser evidenciado, particularmente, no *episódio 13*, exibido no dia exibido 19 de setembro de 2006, quando a conselheira Viviane precisava indicar a demissão de uma candidata, que deveria ser escolhida entre Bia e Yanne. Então, Justus perguntou à sua conselheira: *Viviane, quem você acha que eu devo demitir hoje, a Yanne ou a Bia?* Viviane respondeu: *Não sei*. Imediatamente Justus contra-atacou pesadamente: *Se você não sabe, eu vou ter que demitir você (!?)* Ao que ela mais do que rapidamente retrucou: a *Yanne*.

possível estabelecer esteios entre o tipo de trabalho representado nesse *reality show* e diversas práticas presentes na cultura contemporânea.

III ATO – A REALIDADE É SHOW

A televisão se mostra sozinha e ao mostrar-se é sincera. [...] Talvez esteja aí um dos milagres da retórica televisiva dos últimos anos: um ‘realismo’ que assegura a presença da ‘vida’ em cartaz; uma alusão constante á maneira pela qual a vida chegou até ali; e providências discursivas para que a ‘vida’ seja atraente e não simplesmente sórdida ou banal (Sarlo, 2000, p. 91).

Os *reality shows* são um estilo de programa bastante em voga atualmente tanto nas programações televisivas brasileiras¹⁹ quanto nas de outros países do mundo. Os programas orientados por esse estilo televisivo se caracterizam por conterem uma promessa de mostrar “realidades” e por fazerem da intimidade dos sujeitos um espetáculo. Ao mesmo tempo, tais estilos produzem a partir das práticas que apresentam, das representações que elegem destacar e dos discursos que colocam em circulação, “ensinamentos” sobre diferenciadas temáticas. Entre essas, cabe salientar, *os problemas familiares, busca de parceiros/as, processos de seleção para ser ator, cantor* e até mesmo para *exercer cargos executivos*, como é o caso do Programa que analisei neste estudo.

Como já indiquei anteriormente, alguns desses programas ensinam aos pais a educarem seus filhos e às mulheres a escolherem suas roupas, a decorarem suas casas etc. Mas, além disso, esse estilo televisivo “borra” ou “rasura” muitas fronteiras. E esse é um dos motivos que me leva a abandonar a idéia de buscar categorizar os *reality shows* a partir das classificações que mais freqüentemente os definem (como um gênero) e, também, a não buscar novas denominações que possam “melhor” representar este estilo televisivo. Dessa forma, opto por manter a denominação adotada pelos produtores destes programas, bem como por autoras como Sarlo (2000) e Fischer (1997, 2006), pois acredito ser mais

¹⁹ No Brasil, o precursor do estilo *reality show* foi o *No Limite*, exibido entre os meses de julho e setembro de 2000, pela Rede Globo de Televisão, posteriormente passou a ser exibido o *Big Brother*. No decorrer deste Ato estarei ampliando as considerações sobre o *Big Brother*.

pertinente, para os propósitos desta dissertação, pensar “como funciona” tal estilo em detrimento da busca de uma definição acerca daquilo que esses “realmente” possam ser.

Quero marcar, a partir de Sarlo (2000), que:

Os estilos televisivos trazem, muito claramente, as marcas de um discurso serializado: comédias, dramas, crítica de costumes e programas de variedades remetem menos a uma tipologia de gêneros (o conflito psicossocial, os avatares do sentimento, o enigma do crime, a apresentação da juventude, da dança, da música) do que a um *estilo padrão*: o *show*, tributário das variedades humorísticas, musicais ou circenses. O *show* paira sobre todas as demais matrizes estilísticas: show de notícias, *show* de reportagens, show de gols [...] show humorístico, show íntimo de subjetividades. O denominador comum é a miscelânea. Esse *estilo padrão* funda a televisibilidade²⁰ (p. 66).

Tal indicação, acerca de um *estilo padrão* como marca de uma *televisibilidade*, é útil para indicar que a televisão tem sua própria lógica discursiva. Nesse sentido, cabe citar a abordagem que Fischer (1997, p.71) desenvolve sobre *estilo padrão e televisibilidade*, também, a partir de Sarlo (2000):

O caráter de indiferenciação daquilo que vemos na TV atinge não só os gêneros de programas mas a própria relação entre público e atores, entrevistadores e apresentadores. Assim como o telejornal pode tornar-se um perfeito drama, a telenovela pode suspender a ficção e dirigir-se ao telespectador dando-lhe, por exemplo, uma notícia sobre as novas regras de trânsito; da mesma forma, o programa instrucional do telecurso, ao apresentar uma aula sobre a população indígena brasileira, pode transformar o apresentador num personagem, colocando-o deitado em uma rede a tomar água de coco [...]. Por outro lado, cada vez mais o público que tem voz ativa na mídia passa a falar como alguém da TV.

Destaco, então, mais uma vez, que os *reality shows* enfatizam a possibilidade de qualquer um de nós, normalmente vistos como as audiências, poder “aparecer”, ou pelo menos estar representado, na *telinha* da TV, pelo simples fato de existir. Os *reality shows* concentram suas produções no cotidiano ou na coloquialidade e, desse modo, vão se tornando cada vez mais presentes em nossos lares, bem como atuando na direção de

²⁰ Segundo Sarlo (2000), a *televisibilidade* é, também, o “fluido que dá consistência à televisão e assegura um reconhecimento imediato” por parte das/os telespectadoras/es (p.67). Tais traços, também ajudam a proteger os discursos televisivos da descontinuidade do *zapping* (mudanças rápidas de um canal para outro, por meio de controle remoto, e que, geralmente, são feitas para “evitar” os intervalos comerciais), ou seja, podemos “abandonar” um programa com a “garantia” de que quando “retornarmos” saberemos compreendê-lo.

ênfatizar e de cancelar “verdades” ditas no espaço televisivo. Para Sarlo (2000), a grande estratégia das discursividades que falam em nome do real reside em causar a impressão de que “entre as imagens e seu referente material não há nada ou, pelo menos, há pouquíssimas intervenções, que parecem neutras porque são consideradas de caráter técnico” (p.73). Assim, mesmo sabendo que por trás de cada câmera existe um olho que decide para onde e para quem devemos olhar, ainda que este seja invisível para as/os telespectadoras/es, esses programas exploram a idéia de uma suposta neutralidade.

Estimulada pelas idéias de Sarlo (2000), ousou dizer que, quanto mais oculto estiver o olho que direciona a câmera, o olhar que nos faz enxergar tudo tão próximo, maior será a sensação de estarmos “ali”. Ao mesmo tempo, torna-se difícil contestar o que lá vemos, pois a sensação criada por tais programas é que estamos vendo tudo com os “nossos próprios olhos”.

Apesar de práticas anteriormente tidas como da ordem (exclusiva) do privado terem consolidado-se como públicas na contemporaneidade, especialmente através dos *reality shows*, o cinema, resguardadas as diferenças que o configuram em relação à televisão, também faz suas incursões a esse campo se valendo do rótulo de realidade. No filme *Show de Truman*²¹, por exemplo, uma produção estadunidense do diretor Peter Weir (1998), percebemos que são tencionadas questões como as que estou discutindo – a observação extensiva e programada do privado e a espetacularização da vida cotidiana de um sujeito comum.

Contudo, ainda se faz necessário discorrer um pouco mais sobre os *reality shows* e, ao trilhar por esse caminho, é praticamente inevitável não lembrar do programa televisivo *Big Brother*, que obteve muito sucesso entre os telespectadores brasileiros. Esta conexão não é obra do acaso; o programa *Big Brother*, além de difundir o estilo *reality show*, abriu portas para que outros programas similares começassem a ser produzidos no Brasil. Cabe indicar que esta produção inspirou a proposição de outros programas tais como: *Fama*

²¹ O filme *Show de Truman* tem esse nome, pois o personagem principal chama-se *Truman*; ele é um tranqüilo vendedor de seguros que mora em uma pacata cidade, que entra em crise ao saber que toda a sua vida, desde o nascimento foi articulada e transmitida através de um programa de televisão, 24 horas por dia. Neste filme, a intimidade de um sujeito é totalmente mediada pelas câmeras e traduz-se sob forma de espetáculo televisivo para todo o mundo, mesmo que esse desconhecesse tal situação.

(Rede Globo); *Acorrentados* (Caldeirão do Huk – Rede Globo); *Casa dos Artistas* (SBT); *Namoro à moda antiga* (SBT); *Super Nany* (SBT); *Ídolos* (SBT); *Troca de Família* (Rede Record) e, o já referido *O Aprendiz* (Rede Record). Alerto que esta breve relação, obviamente, não dá conta de relacionar a infinidade de programas que poderiam ser inscritos no estilo *reality show*; também antecipo que não pretendo discuti-los exaustivamente nos limites deste trabalho. Então, limito-me, apenas, a realizar algumas considerações sobre o *Big Brother*, na medida em que essas servirão de apoio ao meu propósito de contextualizar a emergência destes programas.

Passo a penetrar, ainda que superficialmente, no universo do *Big Brother Brasil*. Exibido pela Rede Globo, o programa estreou no início de 2002. Apesar da sua boa aceitação por parte das/os telespectadoras/es, e de estar prevista a sua oitava edição para 2008, esse programa, que difundiu a expressão *reality show* no Brasil, não é uma invenção nacional. O *Big Brother* foi criado em 1999 pelo holandês John de Mol, da produtora (também holandesa) Edemol.

Apesar de o *Big Brother* ter sido lançado sob o rótulo de “inovação”, o próprio John de Mol admitiu, em entrevista concedida à revista *Veja*, intitulada *O grande irmão*, que a idéia básica do *Big Brother* nasceu do projeto *Bioesfera 2*, projeto científico em que um grupo de pesquisadores se isola e passa a viver por um longo período de tempo em uma estufa, na qual estavam reproduzidas condições ambientais de um outro planeta. Nesta mesma entrevista, De Mol argumenta que as acusações de que o programa teria sido inspirado no livro *Big Brother* de George Orwell (1984) não são procedentes. Para De Mol, na obra de Orwell, “é o governo que observa tudo o que as pessoas fazem através das câmeras – ele fala de autoritarismo e não de *voyeurismo*, como é o nosso caso”. Porém, ele admite: “peguei emprestado o nome do livro”, porque soava melhor do que o título pensado originalmente: “Gaiola Dourada” (*Veja* .22 jan.2003, p. 52).

Portanto, meu interesse, ao apontar e discutir algumas práticas que envolvem o *Big Brother*, prende-se, antes de tudo, a uma tentativa de penetrar na arena dos *reality shows*, bem como de destacar que foi a partir, principalmente, do lançamento do *Big Brother* na Holanda e depois em outros países, que os *reality shows* passaram a ganhar espaço na mídia mundial.

Em que pesem as controvérsias que dizem respeito à inspiração do programa, seja ele uma adaptação de livros, ou de programas científicos, ou até mesmo uma releitura de formatos televisivos já existentes, tomo-o como um fenômeno cultural que, juntamente com outros artefatos culturais, como o celular, a Internet e, especialmente a televisão acionou a possibilidade das/os telespectadoras/es entrarem na intimidade de outras pessoas.

Como já indiquei, os programas do estilo *reality show* têm como apelo principal o discurso em nome do “real” e usualmente encontram sua confluência no isolamento de grupos de sujeitos que aceitam permanecer confinados durante um determinado período de tempo, com exceção das comunicações esporádicas autorizadas pela produção desses programas. Além disso, os participantes dos *reality shows* são vigiados por câmeras de vídeo 24 horas e vivem um clima de jogo e disputa, visando obter o prêmio concedido àquela/e que sobreviver aos desafios que animam tais programas. Ou seja, muitas vezes, o que anima e estimula o acompanhamento pelas audiências são as disputas, as brigas e as intrigas que se estabelecem entre as/os competidoras/es. Apesar disso, cada programa tem suas particularidades e é endereçado a diferentes estilos de telespectadoras/es (Ellsworth, 2001).

Embora a observação, a vigilância, bem como o posicionamento “dos outros” como espetáculo não sejam práticas recentes, e nem exclusivas aos *reality shows*, tal estilo televisivo pode ser destacado como um acontecimento marcante da cultura contemporânea, na medida em que produzem a possibilidade das/os telespectadoras/es de se reconhecerem (mais facilmente) a partir das “práticas” neles representadas (Fischer, 2006). Com a chegada dos *reality shows* surgiu a possibilidade de sujeitos entendidos como “comuns” exibirem-se publicamente praticando tarefas como cozinhar, limpar a casa, tomar banho, ir ao banheiro, rir, chorar, namorar, expor sentimentos “íntimos” e até *disputar um emprego*. Tais comportamentos, vistos até bem pouco tempo atrás como de interesse *privado*, são agora televisionados para inúmeras/os telespectadoras/es. Cabe registrar, assim, que esse *estilo* televisivo denota um novo jeito de ser e de estar dos sujeitos, que é, também, marcado pela necessidade da *performance* e pela preocupação acerca de como os outros irão nos perceber.

IV ATO – O RH DÁ IBOPE

Começo indicando que o *reality show O Aprendiz*, particularmente nesta terceira edição, colocou em cena executivas/os bastante competitivas/os e promoveu situações de disputas, as quais envolveram altos níveis de exigências voltadas à avaliação da capacidade das/os candidatas/os correrem riscos, algumas das condições que podem ser associadas ao modo como Sennett (2001) caracteriza o atual estágio do trabalho *flexível*. Como já mencionei anteriormente, é possível perceber que o modelo assumido para organizar tal *reality show* é inspirado nas famosas “receitas do sucesso” para as carreiras de trabalho, o que incluiu colocar em cena, preferencialmente, algumas representações de executivas/os, bem como situações bastante aproximadas daquelas vivenciadas por muitas/os telespectadoras/es em suas atividades profissionais.

Inspirada em análises culturais que focalizam programas televisivos, filmes e outras produções culturais, considerei que *O Aprendiz* funciona como uma pedagogia cultural, sendo que, nesse caso particular, tal pedagogia estaria ensinando formas de lidar-se e posicionar-se com um/a executiva/o. Indico que, ao realizar minhas primeiras incursões ao Programa, além de assisti-lo em uma versão anterior a que analisei, encontrei uma diversidade de materiais que o apresentavam a partir de uma perspectiva empresarial. Entre esses materiais estão, por exemplo, o livro escrito por Viviane Ventura, a vencedora da primeira edição de *O Aprendiz*, intitulado *A Aprendiz*, bem como o livro *Eu Aprendi*, escrito por todas/os as/os participantes da segunda edição de *O Aprendiz*, livro do qual participaram, também, Isabel Arias e Roberto Pasquoli que foram, respectivamente, a/o conselheira e a conselheiro daquela edição do Programa. Em tais livros as/os ex-participantes revelaram e compartilharam suas experiências com as/os leitoras/es, bem como as lições que aprenderam em *O Aprendiz*. Incluo, abaixo, as capas destes dois livros (figuras 8 e 9):



Figura 8: Livro *A Aprendiz*.
(<www.submarino.com.br>.
Acesso em: 18 jun. 2007.)



Figura 9: Livro *Eu Aprendi!*
(<www.submarino.com.br>.
Acesso em: 18 jun. 2007.)

Porém, além dos livros citados, destaco, particularmente, a reportagem intitulada *Seleção, desafios e videoteipe: como são as práticas de gestão de pessoas adotadas no programa de tv comandado por Roberto Justus*, publicada na revista *Melhor – Gestão de Pessoas* (set. 2005). Esclareço que essa é uma revista impressa, publicada mensalmente pela Associação Brasileira de Recursos Humanos²² (ABRH), voltada, especialmente para as/os executivas/os que se interessam por assuntos tais como: contratação de pessoal; treinamento empresarial; modelos de gestão empresarial, entre outros. Saliento, ainda, que uma das importantes marcas utilizadas por essa revista para conferir legitimidade aos temas que aborda, envolve o chamamento a especialistas, principalmente da área de Recursos Humanos, alguns deles qualificados pela revista como gurus (termo utilizado no sentido de mentor ou de guia), que costumam figurar como entrevistados.

A capa referente à edição de setembro de 2005, período anterior ao início da terceira edição de *O Aprendiz*, estampou a foto de Roberto Justus e a reportagem central dessa revista caracterizou *O Aprendiz* como um modelo de gestão que poderia servir de

²² A área dos chamados Recursos Humanos tem sido alvo de bastante destaque no campo da Administração, sendo crescente o número de produções bibliográficas ocupadas em descrever políticas e práticas que envolvem a administração das/dos empregadas/os de uma empresa/organização. Os Recursos Humanos, também conhecidos como RH, ou como *Gestão de Recursos Humanos*, envolvem muitos aspectos. Entre esses estão: práticas de seleção de empregadas/os; práticas de avaliação que visam examinar o desempenho das/os empregadas/os; *práticas de recompensa* e *práticas de “desenvolvimento”* que objetivam melhorar/adequar as habilidades das/dos empregadas/dos para que esses/as atendam melhor às exigências dos cargos que ocupam, bem como aos propósitos da empresa/organização em que atuam, conforme aponta Fombrum e Harris (1999). Para um maior entendimento sobre esta questão ver *MBA Curso Prático de Administração-Lições dos especialistas das melhores escolas de negócios* (Cohen, 1999).

referência para as/os executivas/os, principalmente, para aquelas/aqueles que atuam na chamada área de Recursos Humanos. Uma destacada chamada de capa anunciava a reportagem enfatizando que: *O RH dá IBOPE. O Aprendiz comandado pelo publicitário Roberto Justus, leva para a TV conceitos de gestão de pessoas e conquista grande audiência* (Anexo C). Isto é, salienta-se já na capa da revista que as/os leitoras/es (executivas/os) poderiam encontrar em *O Aprendiz* lições sobre como contratar e gerenciar funcionárias/os no âmbito das empresas. Apresento, abaixo, a capa desta edição da revista:



Figura 10: O RH dá IBOPE (Revista Melhor, n.214, set. 2005, Capa.)

A revista *Melhor*, também dedicou sete páginas para o programa *O Aprendiz*, um volume normalmente concedido para a reportagem de capa. A reportagem, assinada por Gustavo Acioli, reúne opiniões de diferentes especialistas sobre as duas primeiras edições de *O Aprendiz*. Passo a destacar a seguir algumas considerações apresentadas nessa reportagem pelo executivo José Tolovi Júnior, que atuou como conselheiro de Justus na primeira edição do Programa:

Destacou esse executivo:

[...] um dos aspectos que mais chamam atenção e que podem ser transportados para a realidade empresarial é que *O Aprendiz* pode ser encarado da seguinte forma: imagine que uma empresa abre uma vaga e pede aos candidatos que enviem seus currículos. Em vez do modelo tradicional de entrevistas e análises de perfil, ela diz que o processo será feito com base em dinâmicas, durará mais de dois meses [...] (p. 48).

Ou seja, esse executivo está indicando que o Programa apresentava um modelo alternativo e “qualificado” de contratação de pessoal e que poderia ser seguido quando se pretendesse promover uma avaliação mais acurada das qualidades de um/a possível executivo/a. É importante indicar que avaliações similares já são bastante frequentes no mundo do trabalho, pois muitas empresas submetem jovens estudantes e recém graduados

em cursos universitários - através de processos de *trainees* - à seleções bastante competitivas e que envolvem muitas etapas.

Na mesma situação Tolovi ainda salientou:

Notei, desde os primeiros episódios, que os participantes encaravam as tarefas com muita seriedade; eles entendiam que uma oportunidade de emprego estava em jogo. Em nenhum momento percebi que alguém estava ali para brincar (p. 48).

Ou seja, tal consultor refere acreditar que as práticas apresentadas em *O Aprendiz* extrapolam a função de um mero entretenimento; elas corresponderiam a procedimentos oportunos e condizentes a processos seletivos a serem implantados nas empresas. Na mesma reportagem, a executiva Isabel Arrais, conselheira de Justus nas duas primeiras edições do Programa, configurou *O Aprendiz* como uma oportunidade para que executivas/os confinadas/os nas empresas pudessem dar visibilidade nacional às suas qualidades e potencialidades. Tal executiva afirma que mesmo aquelas/es candidatas/os que não vencessem a competição poderiam passar a receber interessantes propostas de empregos a partir do destaque recebido na TV.

Arrais ressaltou, inclusive, que vários executivos, colegas seus, a teriam contatado em busca de informações sobre ex-participantes da primeira e segunda edição de *O Aprendiz*. Afirmou ela categoricamente, referindo-se às/aos ex-participantes: “Digo com segurança: todos estão em melhores posições hoje do que antes do programa” (p. 49).

Nessa reportagem foi bastante enfatizado que o *reality show O Aprendiz* não deveria ser visto “apenas como entretenimento, mas sim como um rico processo de seleção”, pois o que estava sendo mostrado no Programa “nada mais é do que um recorte do dia-a-dia empresarial” (p.46). Ou seja, o Programa estaria mostrando a todos nós o que sucede cotidianamente nas empresas! E mais, nele se estaria ensinando a promover uma “boa seleção” de um/a executivo/a, pois o Programa colocou em destaque critérios que deveriam nortear as posturas de um/a executivo/a competente, bem como aquelas que permitiriam antever uma carreira de sucesso. Então, ao mesmo tempo em que o Programa divertiria as/os telespectadoras/es, ele também acionaria a dimensão pedagógica da mídia, tal como destacaram Kellner (2001) e Giroux (1995) nos estudos que conduziram sobre reportagens, documentários televisivos e filmes estadunidenses, respectivamente.

Ainda, nesta reportagem, Roberto Pasquali enfatiza o quanto é possível ver-se, ao longo do Programa, “as principais qualidades e pontos fracos” dos participantes e esse seria um ponto extremamente “positivo” desse processo seletivo, pois, como ele salientou, “quando você faz uma entrevista com um candidato a uma vaga, você tem 50% de chance de acertar e 50% de errar. Contratar uma pessoa apenas pelo seu desempenho numa entrevista é muito superficial” (p.48-49). Então, pretendo enfatizar ao comentar esta reportagem da revista, que os efeitos produtivos de *O Aprendiz* não se circunscrevem à exibição de programa televisivo. Tal *reality show* se enreda em uma gama de ações e discursos que foram consolidando o seu caráter de importante orientador de executivas/os e de aspirantes a tais cargos que pretendam corresponder as atuais expectativas do mercado.

Valendo-me de considerações feitas por Silva (2001), penso, inclusive, que seria possível comparar, em muitos aspectos, *O Aprendiz* com os livros de auto-ajuda, que tanto prestígio têm adquirido nas últimas décadas. Ressalto que Silva (2001) faz considerações interessantes relativamente à pedagogia exercida por esses livros, como podemos ver no excerto abaixo, quando ele afirma que:

A educação e a pedagogia têm, pois, algo em comum com os livros de auto-ajuda e com os programas terapêuticos de televisão: os dois tipos de intervenção têm como objetivo nos transformar em um determinado tipo de pessoas. Nesse sentido, podemos dizer, na verdade, que os livros de auto-ajuda são uma forma de pedagogia (p. 44).

Com relação aos discursos que circulam tanto em *O Aprendiz*, quanto na revista *Melhor* (ainda que a televisão tenha possibilitado para esse *reality show* maior visibilidade em termos de público do que essa revista), é possível dizer que esses contêm um caráter interpelativo, pois, tal como destacou Silva (2001), “há sempre alguém dizendo, explícita ou implicitamente: ‘você deve ser isto’, ‘você deve ser esse determinado tipo de pessoa’” (p.43). Bauman (2004) afirma que os conselhos das/dos chamados especialistas sobre as formas de nos relacionarmos, nas mais variadas instâncias, encontram-se atualmente no cerne das atenções, o que esse autor define como sendo o “boom do aconselhamento” (p.9). Dessa forma, em *O Aprendiz*, assim como na revista *Melhor*, foram constantemente disponibilizados conselhos e indicadas estratégias para quem desejasse tornar-se um/a “competente” e bem-sucedido/a executivo/a.

O RH que dá dinheiro

Começo indicando, mais uma vez, que tanto *O Aprendiz*, quanto à revista *Melhor* apresentaram “autênticas” lições acerca de como selecionar um/a executiva/o. É necessário considerar, no entanto, que tais artefatos culturais foram produzidos e endereçados levando em consideração determinadas/os telespectadoras/es/leitoras/es. Para pensar as questões de endereçamento, tomo como base as considerações feitas por Ellsworth (2001) sobre os modos de lidar com o endereçamento no cinema e busco estendê-las a esse estudo.

Inspirada nos estudos dessa autora, faço a seguinte reflexão: *quem os produtores de O Aprendiz imaginavam como sendo suas/seus telespectadoras/es, ao colocar em cena uma seleção de emprego conduzida por Justus?* Nesse sentido, acredito que esses produtores priorizaram “atingir” certos segmentos de mercado que entendo estarem ligados, principalmente, ao mundo do trabalho empresarial – aliás, esse segmento, tal como a temática que tem sido focalizada por Justus ainda é pouco explorada na televisão brasileira. Por outro lado, pode-se dizer que os produtores desse *reality show* imaginaram como sendo seus/suas telespectadores/as aqueles/aquelas com alto potencial de consumo para adquirir os “produtos ofertados”, não apenas nos poucos intervalos do Programa, mas, especialmente, durante a execução de tarefas que eram solicitadas aos participantes. Por exemplo, no *episódio 2*, foi solicitado às duas equipes que desenvolvessem uma campanha de *endomarketing* (uma ação de marketing interno voltada aos/às funcionários/as) para a montadora de veículos *FIAT*. E, no *episódio 8*, foi solicitado aos participantes que elaborassem um *banner* (um cartaz) gigante para divulgar os serviços da operadora de telefonia móvel *Claro*, entre outras tarefas que envolveram a promoção de produtos de consumo, como é possível ver na listagem de tarefas que apresento no Anexo B.

Cabe indicar, ainda, que em apenas dezesseis episódios, *O Aprendiz* possibilitou à Record²³ uma receita de R\$ 58.0000.0000,00 (cinquenta e oito milhões de reais), sendo interessante referir que isso equivale a quase um mês de faturamento líquido da emissora ou ao total de vendas de uma corrida de Fórmula 1, exibida aos domingos, na Rede Globo.

²³ Informações disponíveis em <www.rederecord.com.br>. Acesso em: 20 set. 2006.

Destaco alguns dos patrocinadores conhecidos nacionalmente que financiaram o Programa: *Terra* (portal da internet); *Danone* (conhecida fabricante de iogurtes); a *Taiff* (empresa de produtos elétricos para cabeleireiras/os); *Kaiser* (fabricante de cerveja); *Racco Cosméticos* (marca de maquiagem e outros cosméticos) e *Mastercard* (cartão de crédito internacional). Cabe referir que os três maiores patrocinadores são, no entanto: a *Fiat* (montadora de veículos), a *Claro* (operadora de telefonia móvel) e o *Banco HSBC*. É importante registrar que os R\$ 58.000.000,00 (cinquenta e oito milhões de reais) foram conquistados junto aos patrocinadores, mesmo antes da terceira edição do Programa ser veiculada, e que esses valores representaram um crescimento de 84% (oitenta e quatro por cento) sobre as receitas líquidas se comparados à edição anterior do Programa, exibida em 2005. Sendo assim, é interessante indicar que, possivelmente há ainda outros envolvidos nesta produção, como por exemplo, o próprio Hotel Hilton (pertencente a uma cadeia internacional de hotéis de luxo), onde as/os executivas/os permaneceram hospedadas/os, restaurantes onde as equipes vencedoras usufruíram suas premiações, hotéis visitados na praia de Guarujá, em São Paulo, na cidade turística de Gramado, no Rio Grande do Sul, devem, também, ter comprado alguma cota para aparecerem no Programa.

Enfim, entendo que *O Aprendiz* está sendo endereçado, principalmente, às/aos (jovens) executivas/os, seja pelo tipo de patrocinadores que o *reality show* reuniu – que possibilitaram à Record e ao apresentador encherem os seus bolsos com milhões de reais –, ou pelo seu caráter de inovação, eu diria, até inusitado de pretender reproduzir o dia-a-dia de um/a executivo/a na televisão e assim abastecer, aquelas/es ávidos por lições, conselhos que lhes permitam crescer profissionalmente, seguindo as recomendações do *big boss* (chefão/diretor) Roberto Justus. O fato é que *O Aprendiz* tem como foco principal proceder a uma seleção de emprego de um/a executiva/o, mas, também engendra, nessa trama televisiva, muitas outras questões que envolvem, por exemplo, a (re)produção de um “novo” jeito de nos relacionar com trabalho, descrito por Sennett(2001) como *flexível*.

Algumas considerações sobre a noção de trabalho flexível e a globalização

Faço, neste momento, algumas considerações sobre trabalho e globalização, buscando inspiração, especialmente, em textos de Bauman (1999b, 2001) e Sennett (2001),

nos quais esses autores discutem o mundo do trabalho no contexto da chamada globalização, valendo-se da noção de *trabalho* como uma ação *flexível*.

Começo ressaltando que estamos vivendo um processo acelerado de transformações que têm afetado quase tudo o que fazemos. Como indicam tais autores, estamos sendo empurrados para uma ordem global que ainda não sabemos muito bem o que é, mas que tem sido marcada pelo poderio econômico do Ocidente, especialmente dos Estados Unidos da América, e cujos efeitos já se fazem presentes – em maior ou menor intensidade – em diversas regiões do mundo. A chamada *globalização*, embora muito polêmica²⁴, em função da existência de diferentes formas de compreendê-la e defini-la, não pode mais ser ignorada nesses tempos, pois tem sido invocada nas mais variadas instâncias culturais, tornando-se quase uma expressão corriqueira, que figura de modo “obrigatório” nas agendas das/os executivas/os contemporâneos.

Inspirada em Harvey (1992), afirmo que a *globalização* tem sido caracterizada como um fenômeno facilitado pelo advento das novas tecnologias da informação. Essas nos têm dado a sensação de que o mundo diminuiu por parecerem ter sido as distâncias encurtadas pelo acesso rápido que temos aos diferentes lugares do mundo, pela familiaridade que passamos a ter com sujeitos “famosos”, pois penetramos de diversas maneiras em suas casas e conhecemos detalhes de suas intimidades, bem como pelas muitas possibilidades que temos de viajar, ou melhor, de “navegar” em *sites* de todo o tipo que uma consulta à Internet nos possibilita, sem sairmos de casa. Os acontecimentos mundiais têm tido um impacto quase imediato sobre os sujeitos, por mais remotas que pareçam ser as localidades em que esses ocorram, sendo um exemplo desse encurtamento das distâncias, ainda que inóspito, o trágico atentado às torres do *World Trad Center*, ocorrido em Nova Iorque no dia 11 de setembro de 2001, quando milhões de pessoas puderam assistir perplexas pela TV os dois aviões atingirem as torres gêmeas.

²⁴ Os autores Burbules e Torres (2004) consideram que a origem da *globalização* contemporânea possa ser localizada em torno de 1971-1973 com a culminância da crise do petróleo, que promoveu diversas mudanças de ordens tecnológicas e econômicas, direcionadas a encontrar fontes substitutas para as matérias-primas, bem como energéticas. Contudo, Morrow e Torres (2004) destacam que há autores que localizam as origens da globalização no século XVI, conectando-a ao surgimento do capitalismo e das novas descobertas da ciência. Todavia, meu objetivo não se pretende em escolher entre uma ou outra opção, mas apresentar algumas das suas características operadas no tempo presente.

Como Bauman (1999b) destacou, no contexto da *globalização* “o espaço deixa de ser um obstáculo basta uma fração de segundo para conquistá-lo” (p. 85). Esse mesmo autor registra, ainda, que vivemos em um mundo em que o capital não tem mais domicílio fixo, estando os fluxos financeiros muito além dos controles nacionais, pois muitas das alavancas da política econômica “não funcionam mais” e, portanto, não conseguem impedir este fenômeno. Bauman (1999b) afirma que a *globalização* tem um caráter “indeterminado, indisciplinado e de autopropulsão dos assuntos mundiais; há ausência de um centro, de um painel de controle, de uma comissão diretora, de um gabinete administrativo” que organize este fenômeno mundial (p. 67).

Tais considerações me levam a dizer que muitos são os efeitos mobilizados pelo fenômeno da *globalização*, estando entre esses os associados às “novas formas” de nos relacionarmos com o trabalho, que Sennett (2001) qualifica como *flexível*.

Segundo Sennett (2001), as novas concepções que envolvem o mundo do trabalho têm-se transformado em uma fonte de incertezas nos últimos tempos. No lugar de uma rotina, aparentemente estável, de uma carreira, muitas vezes previsível de emprego em apenas uma empresa, ao longo de toda a carreira profissional, enfrenta-se, atualmente, os desafios propostos pelo estilo *flexível* de trabalho. Tal estilo, também, está implicado na consideração feita por Bauman (2001) sobre os atuais regimes de trabalho, que esse autor caracteriza como “estratégias de um jogador que se põe modestos objetivos de curto prazo, não antecipando mais do que um de seus movimentos” (p.159).

É possível dizer que tanto Bauman (2001) quanto Sennett (2001) referem à ocorrência de um certo “afrouxamento”²⁵ dos regimes de trabalho e que isso compreenderia, não só a forma de organizá-lo, mas, além disso, as relações com os sindicatos, as remunerações e as regras de contratação que também têm assumindo um

²⁵ Entendo que tal “afrouxamento”, refere-se ao modelo fordista de produção e de organização do trabalho. O ano simbólico do início do *fordismo* é 1914, quando o empresário Henry Ford introduziu o dia de trabalho de oito horas e cinco dólares como recompensa para os trabalhadores da linha de montagem de sua fábrica localizada em Dearbon, Michigam, nos Estados Unidos da América. Contudo, a expressão *fordismo*, compreende modos e métodos de organização da produção que visavam otimizar as atividades de trabalho e as ações rotineiras da fábrica de automóveis de Ford (Bauman, 2001). Segundo Harvey (1992), um dos propósitos deste sistema de trabalho envolvia obrigar os/as trabalhadores/as a adquirirem a disciplina necessária para trabalhar em uma linha de montagem de alta produtividade.

caráter mais *flexível*. Bauman (1999b) considera que essa *flexibilização* esconde sua natureza social:

[...] os empregos surgem e somem assim que aparecem, são fragmentados e eliminados sem aviso prévio, como as mudanças nas regras do jogo de contratação e demissão, pouco podem fazer os empregados ou os que buscam emprego para parar essa gangorra (p. 113).

Como Sennett (2001) afirma, o “jardim da ordem” está se transformando, sendo importante sublinhar que a modalidade de *trabalho flexível* afasta as formas rígidas de administração e produz novas estruturas de poder e de controle²⁶ nas empresas contemporâneas, que podem ser ligadas a três elementos que esse autor denomina como: *reinvenção descontínua de instituições; especialização flexível de produção; e concentração de poder sem centralização de poder.*

A *reinvenção descontínua de instituições* tem apontado para os males da rotina em nome de uma maior produtividade. Esse autor vale-se, inclusive, do termo *reengenharia* para designar esta prática que pode ser entendida como uma “promoção” de mudanças com objetivo de aumentar a eficiência, ou seja, de produzir mais com custo menor o que implica, na maioria das vezes, em planos de demissões.

Um outro seria A *especialização flexível de produção* que tem a ver com a volatilidade da procura do consumidor; ou seja, que é a “antítese” do sistema de produção corporizado pelo regime do *fordismo*. Conforme Sennett (2001), atualmente, tanto os sistemas produtivos quanto as/os trabalhadoras/es precisam ser ágeis para adaptarem-se às constantes inovações tecnológicas e às constantes flutuações do mercado, sendo o ingrediente mais forte deste novo processo produtivo a “disponibilidade para permitir que as procuras variáveis do mundo exterior determinem a estrutura interna das instituições” (p. 81).

²⁶ A esse respeito, cabe citar Rocha (2005), quando, em sua tese de doutorado, discute a “efetividade” de algumas das formas de controle exercidas na contemporaneidade. Essa autora considera que com o advento das tecnologias da informação o controle exercido “pela utilização de meios ou instrumentos tecnológicos – câmeras filmadoras, detectores de metais, raio-x, fitas magnéticas, cartões de identificação, números de série, produz nos sujeitos que a eles estão submetidos uma sensação de permanente atenção”, de modo a mantê-los sempre em estado de alerta constante (p.122).

E, por fim, A *concentração de poder sem centralização de poder* que está associada, principalmente, aos novos sistemas de informação que permitem controlar a produção das/os trabalhadoras/es, através de recursos tecnológicos de informática. Embora essas novas formas de controle dêem a sensação de liberdade, é importante indicar que elas não deixam espaço para os sujeitos se esconderem. Então, essa suposta liberdade de produção, que seria concedida às/aos trabalhadoras/es neste novo estilo de administrar, orientado pelo discurso da *flexibilidade*, está acompanhada de um intenso controle, que ganha cada vez mais efetividade através do uso de telefones celulares, de *e-mails*, de câmeras que permitem o controle das condutas tanto de quem trabalha nas empresas, quanto daquelas/es que trabalham em casa, ou em qualquer lugar do mundo em que existam contatos por satélites.

Essas novas formas de organizar o poder nessas ditas empresas *flexíveis* podem ser visualizadas através da adoção dos denominados horários *flexíveis* que, ao invés dos tradicionais relógios pontos que nortearam (e em muitos casos ainda norteiam) as relações de trabalho pela quantidade de tempo, hoje (em muitas empresas) controlam os sujeitos a partir da avaliação do alcance de metas, isto é, pela avaliação daquilo que cada um é capaz de produzir. Algumas empresas têm, inclusive, assumido a “opção” de seus/suas empregados/as trabalharem em casa, o que tem sido viável em grande parte pelos avanços das telecomunicações. Então, o que importa é o volume e a eficácia, medida em lucros, da sua produção.

Acerca disso, é possível novamente citar Bauman (2001), pois o autor nos leva a pensar sobre os discursos imbricados na expressão *flexibilização*, principalmente aqueles relacionados às conseqüências para as/os trabalhadoras/es.

Diz esse autor:

Flexibilização é a palavra do dia. Ela anuncia empregos sem segurança, compromissos ou direitos, que oferecem apenas contratos a prazo fixo ou renováveis, demissão sem aviso prévio e nenhum direito a compensação. Ninguém pode, portanto, sentir-se insubstituível – nem os já demitidos nem os que ambicionam o emprego de demitir os outros. Mesmo a posição mais privilegiada pode acabar sendo apenas temporária e ‘até disposição em contrário (Bauman, 2001, p. 185).

Ou seja, a anunciada *flexibilização* das instituições está associada, entre outros aspectos, à substituição dos empregos de longa duração, que conferiam uma certa

estabilidade aos sujeitos, por contratos de curto prazo. Além disso, a estrutura das empresas tem-se reorganizado na direção de extinguir camadas hierárquicas do tipo “pirâmide” e adotado uma organização do tipo “rede”, sendo essa mais facilmente “decomponível ou redefinível”, tal como indicou Sennett (2001).

Penso que as considerações que apresentei nesse ATO, especialmente as que dizem respeito à noção de *trabalho flexível*, auxiliaram-me a entender melhor as práticas veiculadas na terceira edição de *O Aprendiz*. Destaco, particularmente, aquelas situações que implicavam a execução de tarefas de curto prazo pelas/os candidatas/os e que as/os obrigavam a intensas jornadas de trabalho, mesmo que não houvesse um horário fixo (pré-estabelecido) a ser cumprido diariamente.

Isto é, enquanto as tarefas não fossem cumpridas as/os participantes precisavam continuar trabalhando, sendo, então, as jornadas diárias orientadas em função das tarefas a serem realizadas, que destaco, eram solicitadas sempre em caráter de urgência. Também, a incerteza sobre o futuro (próximo) foi uma variável constante, pois todas/os candidatas/os trabalhavam, se empenhavam, apostavam todas as suas fichas na execução da tarefa solicitada sem terem, no entanto, a garantia de que após a sua execução esses/as permaneceriam no Programa. Ou seja, elas/es estavam sempre assombrados pelo fantasma da demissão, sendo que essa não lhes permitia levar consigo nada daquilo que tivessem conquistado até então.

No próximo Ato, no qual conduzirei as análises da terceira edição de *O Aprendiz*, retomarei, em alguns momentos, as reflexões aqui conduzidas sob as formas de nos relacionarmos com o trabalho na contemporaneidade.

V ATO - HISTÓRIAS SOBRE NOVA IORQUE, CORAÇÃO, TOUROS, FORMIGAS, LEÕES E OUTRAS MAIS

O material que passo a analisar refere-se à terceira edição de *O Aprendiz*, e, mais particularmente, a alguns momentos do *episódio 1*, exibido no dia 06 de agosto de 2006, e do *episódio 16*, exibido no dia 26 de setembro de 2006, sendo esses respectivamente o primeiro e o último episódio desse *reality show*. Como já venho marcando ao longo desta dissertação, as escolhas não são neutras; portanto, não escolhi tais *episódios* de forma aleatória ou ao acaso, mas, ao contrário, tal escolha decorreu de compreensões alcançadas a partir da realização de um exercício de leitura e releitura dos discursos veiculados ao longo dos dezesseis episódios que compuseram esse Programa. Portanto, escolhi o *episódio 1* e o *episódio 16*, por entender que esses representaram com maior ênfase, ou melhor, grifaram discursos que me pareceram estar enunciados, também, nos demais episódios da terceira edição de *O Aprendiz*.

Desse modo, ainda que as análises dos *episódios 1* e do *episódio 16* tenham sido distribuídas nesta dissertação de forma independente, a partir do que classifiquei e nomeie como sendo *momentos*, conforme apresentarei no próximo item, saliento que os discursos enunciados nesses *momentos* entrelaçam-se a muitos outros veiculados nesse Programa. Escolhi, enfatizar, principalmente, aqueles que diziam respeito às “qualidades” que as/os aprendizes de Robertos Justus, bem como um/a jovem executivo/a que aspire uma carreira de projeção internacional, precisariam desenvolver.

Portanto, optei por transcrever excertos do *episódio 1* e do *episódio 16* que organizei de modo seqüencial, ao invés de transcrevê-los na íntegra, dada a velocidade frenética em que se processavam algumas cenas que compuseram *O Aprendiz*, que destaco assemelharem-se bastante a dinâmica de um videoclipe composto por diversos retalhos de cenas/falas que são sobrepostas umas as outras. Neste sentido, torna-se impossível “traduzi-lo” minimamente para a escrita. Isto é, o Programa privilegiou como estratégia

televisiva uma intensa edição de cenas, especialmente, se considerarmos que as/os participantes foram vigiados por câmeras durante 24 horas por dia, sendo todo esse volume horas gravadas/filmadas resumidas em dois episódios semanais com duração aproximada, cada um deles, de 1 hora e 20 minutos.

Contudo, atendo-me a analisar os efeitos daquilo que é colocado em cena, não me preocupando com aquilo que foi deixado de fora pelos produtores de *O Aprendiz*, pois o que procuro examinar são alguns dos efeitos dessas composições de cenas que constituem esse *reality show*. Ainda que, em alguns momentos, *O Aprendiz* pareça ser apenas um agrupamento de cenas, tais cenas produzem significados a partir da forma como foram distribuídas e selecionadas pelos seus produtores. Cabe lembrar, como já referi no III ATO, que mesmo que outros *reality shows*, como o *Big Brother*, nos dêem a sensação de estarmos vendo tudo com “os nossos próprios olhos” (sem intervenções externas), há sempre nesses programas uma multiplicidade de câmeras que possibilitam aos editores de televisão escolher, de forma instantânea, quais cenas serão veiculadas, ainda que essas sejam anunciadas sob o rótulo do “ao vivo” e “sem cortes”. Como indica Sarlo (2000), “pode-se encurtar ao máximo a captação da imagem e sua projeção, mas sempre transcorre algum tempo entre uma ação e outra” (p. 70).

Também, considero que as dinâmicas que caracterizam *O Aprendiz* parecem ser uma tendência, um recurso utilizado pelos produtores televisivos para livrarem, principalmente, as/os jovens telespectadoras/res, acostumados às dinâmicas dos jogos eletrônicos, do tédio televisivo. Para Sarlo (2000), a “imagem perdeu toda a intensidade” e, por si só, já não desperta tanto o interesse das/os telespectadoras/es. Dessa forma, a televisão esforça-se para adaptar-se a suas audiências ávidas por ação e imagens aceleradas e, conseqüentemente, para livrar-se do *zapping*, isto é, da mudança de canal pelo/a telespectador/a frente à duração excessiva de um mesmo plano televisivo.

Sendo assim, escolhi analisar alguns excertos que, como já indiquei, inseri em *momentos*²⁷, também neles condensando aspectos destacados dos referidos *episódios*, que entendi serem os mais produtivos para os propósitos desta dissertação. Incluí, nesses

²⁷ Passo a utilizar em itálico a palavra *momentos*, para denominar os trechos do Programa que escolhi analisar.

momentos, uma da/s cena/s veiculadas no decorrer da enunciação dos excertos dos *episódios 1* e do *episódio 16*. Embora meu objetivo seja a análise dos excertos, que transcrevi tal qual foram enunciados pelas/os participantes do Programa, acrescentei a esses, cenas que entendo serem úteis para dar destaque a algumas das dimensões focalizadas nesses *momentos* que escolhi para analisar. Para conseguir reproduzi-las aqui neste trabalho, tais cenas foram por mim congeladas, utilizando o recurso chamado de captura de imagem, a partir das gravações que realizei de todos os episódios da terceira edição de *O Aprendiz*. Apresento, agora, os *momentos* que escolhi analisar do *episódio 1*.

Vamos para Nova Iorque? Roberto Justus: traçando um perfil de executiva/o internacional e bem-sucedida/o

Fiz tal seleção, levando em consideração a seqüência em que foram exibidos estes *momentos*, veiculados todos no dia 6 de agosto de 2006, domingo, no horário das 20 horas e 35 minutos, com duração aproximada de 1 hora e 20 minutos.

Estes *momentos* foram especialmente marcantes, pois neles Justus teve como mote principal da sua fala situar as/os executivas/os, e, também, as/os telespectadoras/es relativamente aos propósitos do Programa. Neles, Justus chamou a atenção e apresentou características que ele definiu como indispensáveis ao perfil da/o executiva/o que ele estava buscando. Além disso, ele apresentou a cidade de Nova Iorque como a capital do mundo dos negócios, bem como sintetizou as “regras do jogo” que seria empreendido a partir de então no Programa.

Além disso, o famoso empresário apresentou os/as jovens executivos/as selecionados/as aos/às telespectadores/as e, é claro, realizou a primeira demissão, conforme determinavam as regras desse Programa. Pode-se dizer que já no *episódio 1*, Justus abasteceu não só as/os participantes, mas, especialmente, os/as telespectadores/as, com as informações necessárias para que procedessem a “correta leitura” do *reality show*; ou seja, o apresentador se concentrou em explicar os modos e as regras que configuravam a terceira edição de *O Aprendiz*, caracterizada por ele como uma *edição especial*.

Além disso, nesse episódio foram veiculados discursos que entendo estarem (re)produzindo representações que associam a função executiva à masculinidade, os quais me pareceram ser muito similares às representações dominantes acerca dos papéis

considerados próprios aos homens e, em contra partida, aos reservados às mulheres, enunciados em revistas, peças publicitárias e outros veículos da mídia. Indico que concentrei minhas análises, particularmente, nos *momentos* que classifiquei e denominei da seguinte forma:

Episódio 1	
<i>Momento 1:</i>	Descrição do videoclipe de abertura da terceira edição de <i>O Aprendiz</i> .
<i>Momento 2:</i>	A apresentação da escultura do touro de bronze
<i>Momento 3:</i>	A apresentação da Avenida Madison
<i>Momento 4:</i>	A apresentação de <i>Wall Street</i>
<i>Momento 5:</i>	Justus novamente na Avenida Madison
<i>Momento 6:</i>	Justus apresenta as regras do jogo em São Paulo
<i>Momento 7:</i>	Os executivos imitam os touros e as executivas cuidam das/os filhas/os
<i>Momento 8:</i>	A surpresa de Paula
<i>Momento 9:</i>	A surpresa de Aníbal
<i>Momento 10:</i>	Justus dá a primeira ordem às/aos candidatas/os: <i>eu quero um logotipo</i>
<i>Momento 11:</i>	As Águias são um pouco óbvias. <i>Alliance</i> é mais pomposo!
<i>Momento 12:</i>	As mulheres “querem ficar bonitinhas” e os homens querem oferecer “serviços de avaliação física e corporal”
<i>Momento 13:</i>	A argúcia, perspicácia e a audácia de Pedro
<i>Momento 14:</i>	As Águias não conseguem voar
<i>Momento 15:</i>	Justus anuncia a vitória da <i>Alliance</i>
<i>Momento 16:</i>	Marília, Você está demitida!
<i>Momento 17:</i>	Marília volta para casa de táxi

Momento 1: Descrição do videoclipe de abertura da terceira edição de *O Aprendiz*

A apresentação da terceira edição de *O Aprendiz* iniciou como um videoclipe, de aproximadamente um minuto, sonorizado por música que lembrava a cadência de batimentos cardíacos; simultaneamente, apareceram na tela algumas cenas (muito curtas) da primeira edição de *O Aprendiz*, bem como um tema musical, caracterizado por ritmos eletrônicos e cadenciados. Abaixo, apresento uma descrição detalhada desse videoclipe:

Episódio 1

A primeira imagem focalizada foi a de um grupo de participantes da versão anterior; na seqüência, mesclaram-se cenas das edições da primeira e segunda edição de O Aprendiz. No entanto, o que entendo ter maior relevância, nesta composição de cenas, é a presença da vencedora e do vencedor das edições anteriores, respectivamente, Viviane Ventura e Fábio Porcel, particularmente, quando foram focalizadas na tela da TV suas expressões de comemoração e de angústia extremas (figuras 11 e 12). Além disso, é interessante registrar o destaque que foi dado a Justus, neste clipe, no momento em que ele proferiu a expressão “Você está contratada!” para Viviane Ventura, na primeira edição deste Programa. Na seqüência do clipe, foi registrado o momento de enunciação da mesma frase, mas, agora, endereçada a Porcel: “Você está contratado!”. Esses são os únicos momentos em que se escutam falas, pois, como já havia indicado anteriormente, esta parte inicial de apresentação, caracterizou-se por apresentar, especialmente, cenas acompanhadas de música de fundo interrompidas brevemente por gritos de alegria do vencedor e da vencedora das duas edições anteriores do Programa. Em seguida, foram focalizadas na tela da TV diversas cenas de Justus atuando nas edições anteriores do Programa. Novamente o que caracterizou essas imagens foi a forma acelerada como essas foram sendo apresentadas, bem como o tema musical caracterizado por ritmos eletrônicos e cadenciados.



Figura 11: Viviane comemora a vitória



Figura 12: Fábio Porcel apreensivo rói as unhas

Destaco que este videoclipe pareceu ter um efeito maior do que corresponderia a uma simples introdução, ele pareceu funcionar como um convite às/aos telespectadoras/es para que se identificassem com algumas ações e com *estilos de vidas* que seriam valorizados no Programa. Esse videoclipe recebeu uma edição bastante dinâmica – as imagens pareceram reproduzir ações de *zapping* – configurando uma mobilidade, uma agilidade que buscou representar os processos que seriam empreendidos a partir de então. Além disso, o videoclipe enfatizou as cenas coloridas que pareceram representar a

“adrenalina” do desafio e das vitórias, contrapondo-as a cenas em preto e branco que representaram o desencanto e a tristeza das derrotas, retratadas, especialmente, através das expressões faciais das/os ex-participantes. E mais, pode-se até dizer que este videoclipe pareceu anunciar a idéia de que o risco “vale a pena”, principalmente, quando o que está em jogo é o reconhecimento e o sucesso profissional oferecidos pelo Programa.

Por fim, cabe ressaltar, que tal videoclipe foi organizado de forma a criar um clima que caracterizasse o avanço das imagens no tempo, pelo uso da aceleração progressiva das mesmas até o instante em que o apresentador “ganhou” voz, passando a falar da cidade de Nova Iorque.

Momento 2: A apresentação da escultura do touro de bronze

Passo a tecer algumas análises sobre este *momento* inicial do Programa, em que o apresentador entra em cena, já na cidade de Nova Iorque, EUA. Este *momento* foi transcrito na íntegra e refere-se às primeiras falas de Justus que foram assim enunciadas:

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<p><i>Começa agora O Aprendiz 3, depois de duas difíceis temporadas em que selecionamos a Viviane Ventura e o Fábio Porcel, começa agora O Aprendiz 3. Eu dobrei o prêmio! Agora são R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) por um ano de trabalho, mas também, eu vou dobrar o meu nível de exigência. Estamos em Nova Iorque! E é aqui o coração financeiro da América e do planeta. É em Nova Iorque que o vencedor do O Aprendiz virá trabalhar. Essa é área de Nova Iorque onde são fechados negócios que afetam a vida de todos nós, negócios que são fechados com uma determinação, quase agressiva. O que é simbolizado para todos os nova-iorquinos pela imagem deste enooooo touro de bronze, sempre pronto para atacar. Fazer negócios, nessa cidade, significa atacar sempre! A letra de uma canção muito conhecida, define Nova Iorque como a cidade que não dorme nunca. É bom que o meu aprendiz tenha o sono leve! Essa edição é especial, porque o emprego é em Nova Iorque. O desafio é maior. Será a seleção mais rigorosa de todas as temporadas. Se contentar com pouco é para amadores. Esse é um programa para profissionais!</i></p>



Figura 13: Roberto e o touro de bronze.

Enquanto o apresentador falava, por alguns breves instantes, a câmera passeava muito rapidamente pela cidade de Nova Iorque, especialmente pelo distrito de Manhattan, e, em seguida, a câmera deu um *close* na conhecida escultura de um touro de bronze, localizada na Avenida Madison²⁸, que Justus dizia simbolizar a forma de tratar os negócios naquela cidade.

Nesses primeiros excertos que extraí do *episódio 1*, o condutor do Programa dá destaque ao aumento do valor do prêmio. Mas, não apenas a isso: ele ressalta que o salário que está sendo oferecido ao/à vencedor/a, só poderá ser atribuído a alguém muito especial – a um/uma profissional, pois esse prêmio incluía, ainda, a rara e especial condição de trabalhar no exterior. Ou melhor, tal prêmio incluía a possibilidade de trabalhar no coração financeiro dos Estados Unidos da América, local no qual se definem negócios que afetam o mundo inteiro! Portanto, amadoras e amadores, nem sonhem com tal possibilidade!

Para trabalhar em *Nova Iorque* é preciso ser um executivo muito mais preparado, pois os negócios lá se fazem de forma mais competente e agressiva. Justus sugere que a seleção das/os executivas/os das edições anteriores não foi tão rigorosa quanto a que se estaria propondo na terceira edição de *O Aprendiz*. Afinal, o que “está em jogo” agora é um cargo de executivo em uma empresa situada em *Nova Iorque*. Conforme Justus diz:

²⁸ A Madison é uma grande avenida da cidade de Nova Iorque, situada no distrito de Manhattan, e uma das mais movimentadas da cidade, assim nomeada em homenagem a James Madison, o quarto presidente dos Estados Unidos da América.

Essa edição é especial, porque o emprego é em Nova Iorque. O desafio é maior. Será a seleção mais rigorosa de todas as temporadas.

Observo a força produtiva desse enunciado proferido por Justus logo no início do Programa e, novamente saliento que, em suas enunciações ele vai conferindo uma posição de superioridade às/aos concorrentes da terceira edição de *O Aprendiz*, em relação às/aos executivas/os anteriormente selecionados. Mas, ao mesmo tempo, ele vai fazendo a propaganda daquilo que o *reality show* proporcionará não só às/aos jovens executivas/os que participam do Programa, mas às/aos suas/seus telespectadoras/es. Desse modo, destaco o que entendo serem os principais apelos (deste momento) dirigidos às/aos telespectadoras/es: as disputas serão mais acirradas; eu serei menos indulgente com os erros. Por tudo isso, vale a pena os/as telespectadores/as continuarem ligados/as e acompanhando as competitivas tarefas.

É importante registrar que, já nestes minutos iniciais do *episódio 1*, Justus foi proferindo ensinamentos sobre como se deveria lidar como os negócios em Nova Iorque. O apresentador afirmou: *fazer negócios nessa cidade significa atacar sempre!* Acrescentando, logo após: *É bom que o meu aprendiz tenha o sono leve!* Desse modo, é possível dizer que os excertos que transcrevi funcionam como marcadores identitários, tais como aqueles que Sabat (2004) referiu relativamente à produção de identidades dos sujeitos, quando essa autora afirma que tal produção não é realizada de uma vez por todas, mas ao “contrário trata-se de um processo de repetição contínua para que tal processo se dê” (p. 98). Trata-se aqui, então, da repetição contínua de significados que vão marcando quais seriam as identidades próprias às/aos executiva/os competentes, isto é, quais são as características que o apresentador trata de assumir e de colocar em circulação definindo-as como “especiais”.

Prescrições desse tipo foram enunciadas por Justus inúmeras vezes ao longo deste Programa, sendo, por isso, possível dizer, que o apresentador forneceu às/aos telespectadoras/es e, especialmente, àqueles/as que ele chamou de “aprendizes” (referindo-se aos/as participantes do Programa), inúmeras receitas sobre o mundo dos negócios, muitas vezes, resumidas em expressões tais como as que destaquei acima: *ter sono leve e atacar sempre*. Ou seja, essas são características necessárias àquelas/es que desejam ocupar altos cargos executivos, entre as quais estariam, ainda, nunca se contentar com

pouco e também não ser um amador ou uma amadora, pois como anunciou o apresentador: *Se contentar com pouco é para amadores. Esse é um programa para profissionais.* Grifo que essas duas frases, ou melhor, que esse bordão foi repetido nas chamadas do Programa, recorrentemente apresentadas nos intervalos comerciais da emissora em diversos horários. Mesmo antes do Programa ser exibido, tal bordão já era veiculado como um anúncio daquilo que seria empreendido na terceira edição de *O Aprendiz*.

Esse *momento 2* foi marcado, também, pela ênfase dada à frase - *é lá que se fazem os “verdadeiros negócios”-; é lá que estão as/os melhores profissionais!* Além disso, quero, ainda, argumentar que Justus utiliza a metáfora *o coração do mundo dos negócios* para representar, e também para ensinar às/aos telespectadoras/es, que as/os executivas/os que não seguem os ritmos ditados por tal cidade estão em descompasso com o mundo atual dos negócios empresariais. Dessa forma, é já nessas primeiras intervenções e imagens que Justus – tendo como cenário de sua fala a cidade Nova Iorque – retoma antigas idéias “naturalizadas” no Brasil acerca de que aquilo que é estrangeiro é melhor, principalmente, se este “estrangeiro” for os Estados Unidos da América.

Além disso, Justus parece se esforçar para marcar a diferença existente entre possuir um cargo executivo no Brasil e nos Estados Unidos da América e o quanto essa é uma oportunidade rara e imperdível. Ao analisar esse *momento 2*, cabe, novamente, referir Bauman (1999b), quando esse autor afirma que a ascensão dos meios de comunicação de massa possibilita, atualmente, que os habitantes locais sentados em suas poltronas observem os *globais* “dando um brilhante exemplo para todos os ‘inferiores’ seguirem seus passos – uma realeza que guia ao invés de mandar”, através da televisão. O autor considera, ainda, que os poucos *globais* observados seriam as *celebridades*, que podem ser do mundo da política, do esporte, da ciência, do espetáculo e de outros mundos, enquanto que os *locais* seriam as/os telespectadoras/es no recôndito dos seus lares. E, como ele também destaca, “segregados e separados na terra, os habitantes locais encontram os globais através das transmissões regulares do céu pela TV” (p 61-62).

Enfim, entendo que Justus representa a si próprio como um executivo internacional, ou melhor, como um executivo *global* capaz de ter sucesso muito além das fronteiras geográficas que contornam o mapa do Brasil.

Momento 3: A apresentação da Avenida Madison

Apresento, agora, o *momento 3*. As transcrições abaixo correspondem ao que foi enunciado por Justus, imediatamente depois aos excertos que transcrevi no *momento 2*. No *momento 3*, a câmera se desloca de forma acelerada do touro de bronze para outros pontos da avenida Madison em que aparecem pessoas, carros e prédios ostentadores, que se alternam na tela com closes em Justus, que tem as suas costas tal Avenida como cenário. Escolhi este *momento* para analisar, por entender que nele estão sintetizadas algumas das características enunciadas por Justus para aproximar as/os telespectadoras/es da/do executiva/o que tal apresentador buscava selecionar na terceira edição de *O Aprendiz*. Justus explicava às/aos telespectadoras/es (figura 14):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Essa é a famosa avenida Madison, o local que é sinônimo do negócio que mais me apaixona no mundo: a publicidade e a comunicação. Ninguém trabalha bem sem paixão pelo o que faz, mas, desta vez, a pressão vai ser muito maior. Nenhum nova-iorquino que saber do seu temperamento ou do seu perfil, Nova Iorque quer saber se você é ou não competente. Não é nada pessoal, só negócios!</i>



Figura 14: Prédios da Avenida Madison

Neste *momento*, Justus, ainda, continua a apresentar a cidade de *Nova Iorque* e, mais detidamente a *Avenida Madison*. Tal Avenida é configurada como o lugar dos negócios empresariais bem-sucedidos! Justus diz ser, também, a Avenida Madison o

sinônimo do negócio que mais o apaixona no mundo: a publicidade e a comunicação. Como assinalou Peters (2000), as pessoas têm sido cada vez mais pressionadas a se envolverem em atividades ligadas a *marketing, publicidade e gerenciamento*, pois essas corresponderiam aos campos representativos das lógicas configuradas como predominantes no cenário neoliberal²⁹ contemporâneo, no “qual os seres humanos transformam-se em sujeitos do mercado sob o signo do *homo economicus*” (p. 213).

Ao que parece, nas *lógicas de mercado* que regem este mundo dos negócios, representado por Justus como “deslumbrante” e apaixonante, *nada é pessoal*, pois tudo é tratado apenas como um negócio! Em tal cidade, como descreve Justus, ninguém procura compreender as “razões pessoais dos outros”. Ao contrário, como salientou o apresentador *Nenhum nova-iorquino que saber do seu temperamento ou do seu perfil, Nova Iorque quer saber se você é ou não competente*, quando o assunto é fazer negócios.

Momento 4: A apresentação de Wall Street

Ainda em Nova Iorque, porém, em outro ponto da cidade, Justus continua a apresentá-la, ao mesmo tempo em que vai enumerando as “qualidades” que precisará ter aquela/e jovem executiva/o que desejar vencer *O Aprendiz* e conquistar o emprego na *capital do mundo dos negócios*. Transcrevo abaixo o que foi enunciado por Justus (figura 15):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Wall Street é outro grande símbolo, aqui a rapidez dos negócios acompanha a rapidez das decisões. Por isso, quem vencer O Aprendiz 3, vai ter que provar que está preparado para enfrentar uma cidade que cresceu fazendo dos negócios um</i>

²⁹ Segunda Silva (1995), “o projeto neoliberal objetiva redefinir os propósitos do estado e da política para realinhá-los aos objetivos e aos interesses do grande capital sob bases que garantam a acumulação de capital e a taxa de lucro num cenário de extrema competitividade e incerteza da produtividade.” (p.252). Veiga-Neto (2000) diz que é preciso reconhecer que foi a versão estadunidense, da chamada Escola de Chicago, da década de quarenta que “passou a nortear as políticas econômicas dos países do ocidente (numa primeira fase) e, depois, praticamente de todo mundo. Resultou, daí, que esse neoliberalismo se estabeleceu como um elogio ao estado mínimo”(p.196-197).

	<i>campo de batalha. Você vai ver!</i>
--	--



Figura 15: Justus em Wall Street

O apresentador que tem às suas costas três bandeiradas dos Estados Unidos da América, destaca, nesse momento, o grande símbolo Wall Street. Cabe referir que Wall Street é considerado o coração histórico do Centro Financeiro da cidade de Nova Iorque, por nele se localizar a bolsa de valores mais importante desse país e uma das mais importantes do mundo.

Através das transcrições acima, é possível identificar, mais uma vez, as qualidades que o apresentador foi configurando como importantes à/ao executiva/o que ele estava buscando, entre as quais estavam: ser rápida/o, decidida/o e capaz de enfrentar os embates diários que são travados em Nova Iorque. Como o próprio Justus desafia, em um tom imperativo: *quem vencer O Aprendiz 3, vai ter que provar que está preparado para enfrentar uma cidade que cresceu fazendo dos negócios um campo de batalha. Você vai ver!* Veiga-Neto (2000) salientou, que em um quadro forjado pelo neoliberalismo, a capacidade dos sujeitos competirem, torna-se um elemento da maior importância, sendo, então, o sujeito “ideal” do neoliberalismo aquele “que é capaz de participar competindo livremente e que é suficientemente competente para competir melhor fazendo suas próprias escolhas e aquisições” (p.199). Sendo essas as qualidades que vão confluindo na direção de caracterizar a/o executiva/o “ideal” para vencer a terceira edição de *O Aprendiz*.

Momento 5: Justus novamente na Avenida Madison

Logo a seguir, Justus reaparece em outro ponto da Avenida Madison e diz *Quem quer mais, chega mais longe* (figura 16)!

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Quem quer mais, chega mais longe! O vencedor de O Aprendiz vai começar uma nova carreira nessa cidade, onde tudo é marcado pela ambição e a grandeza. É a cidade ideal para receber o meu aprendiz. Porque se contentar com pouco é para amadores, este é um programa para profissionais!</i>



Figura 16: Justus na Avenida Madison.

Justus continua, assim, a traçar o perfil daquela/e que terá êxito na seleção empreendida no Programa. Tal perfil compreende, a partir desse *momento*, características como *ser ambicioso*, não se contentar com pouco, pois aceitar pouco é característica de *amador* e não de *profissional*, como já havia afirmado anteriormente. O interessante é que, de certa forma, o apresentador vai indicando que tais qualificações emergem tanto das características culturais da cidade como das características sócio-econômicas que nela se estabelecem em função das grandes corporações ali instaladas.

É também interessante marcar que Justus, neste *momento*, utiliza o pronome possessivo *meu*, para referir-se ao *aprendiz* vencedor/a do Programa, definindo-se, mais uma vez, como o chefe, e ainda como um mestre conhecedor de tudo o que envolve

publicidade e comunicação, pois, como ele mesmo dissera, minutos antes, essas são as coisas que mais o apaixonam no mundo dos negócios, portanto, aquele/a *que quer mais* precisará segui-lo para *chegar mais longe*.

Considero, ainda, que uma das marcas mais importantes contidas em todos os *momentos* que apresentei até aqui, refere-se à utilização de uma série de estratégias voltadas a garantir a legitimação das afirmações e prescrições feitas pelo apresentador, que procura conferir a elas um caráter de verdade. Tais estratégias valem-se tanto das imagens selecionadas para apresentar Nova Iorque, quanto da argumentação utilizada por Justus. Ao mesmo tempo que o apresentador atribui à tal cidade significados como *ambição, grandeza e ideal*, ele reafirma que em seu Programa *só há lugar para profissionais*, ainda que o nome do *reality show* seja *O Aprendiz*.

Como já foi referido anteriormente, o Programa vale-se de uma linguagem bastante similar à utilizada nas grandes empresas, nas quais, como indicou Peter (2000, p.222), “os seres humanos se transformam em indivíduos para o mercado”. Como o mesmo autor considera, uma “cultura de empresa” parece se alastrar em diversas instâncias culturais da contemporaneidade, sendo tal visão sustentada pela aceitação de uma série de discursos e práticas que colocam em destaque noções relacionadas à

‘excelência’, ‘inovação’, ‘melhoria e modernização’, ‘obter mais com menos’, ‘alfabetização tecnológica’, ‘revolução na informação e na telecomunicações’, ‘marketing e gerência internacionais’, ‘treinamentos de habilidades’, ‘desempenho’ e empresa (p. 222).

Desse modo, saliento aqui o quanto o *reality show O Aprendiz* valoriza discursos que apontam para supremacia dos Estados Unidos da América, não só no que concerne ao campo econômico, mas, também, no que se refere à cultura empresarial vigente naquele país, especialmente, em Nova Iorque configurado por Justus como um lugar *ideal*, e eu acrescentaria, até “perfeito”, para se consolidar de uma carreira executiva de forma bem sucedida.

Momento 6: Justus apresenta as regras do jogo em São Paulo

Na seqüência do que denominei *momento 5*, a câmera começa a distanciar o foco de Justus mostrando rapidamente uma vista aérea da cidade de Nova Iorque. Logo em

seguida, entra em cena o globo terrestre, que passa a ser focalizado em *close* até chegar-se ao mapa do Brasil. O condutor do Programa reaparece em sua agência de publicidade, em São Paulo, na *Young & Rubicam*, local em que brevemente (re)apresenta as regras do Programa, algumas delas já enunciadas nos *momentos* anteriores que relatei.

Após um brevíssimo intervalo comercial, as/os jovens executivas/os já aparecem entrando cerimoniosamente na temida *sala de reuniões*, caracterizada pela baixa luminosidade e por suas paredes vermelhas (como já caracterizei no II ATO), onde Justus já estava sentado entre seu conselheiro e sua conselheira. Em seguida, os executivos entram e posicionam-se atrás das cadeiras em que as executivas estão sentadas. Especialmente os homens parecem assumir uma postura diante do apresentador, que nos remete a uma instância militar, de pé, coluna ereta diante da autoridade de Roberto Justus (ver figura 17). Passo, então, a apresentação:

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Boa Noite. Bem-vindos, principalmente aqueles que não são de São Paulo e essa vez são muitos, né(?). O Aprendiz 3 é muito especial, ele é especial por alguns aspectos muito importantes, o principal deles é que este emprego é um emprego em Nova Iorque, nos Estados Unidos. Nova Iorque é uma cidade implacável em termos de negócios e é isso que nós vamos descobrir, qual de vocês vai estar melhor preparado para enfrentar um desafio da Wuderman, que é a maior empresa de marketing direto do mundo do grupo Young & Rubicam, que são os nossos sócios aqui no Brasil. Eu preciso mandar pra lá alguém de quem eu possa me orgulhar, me encanta imaginar que vocês têm que trabalhar juntos para que vocês possam ganhar cada etapa e que cada tarefa e para que vocês possam sobreviver e continuar com a gente até o final, mas, ao mesmo tempo, vocês têm que saber que este é um trabalho em conjunto por um objetivo individual. E isso é muito importante para vocês, para vocês entenderem que quem está do seu lado amanhã, vai ser seu inimigo aqui mesmo dentro da nossa seleção.</i>



Figura 17: Justus apresenta a sala de reunião e as/os participantes.

Neste *momento 6*, Justus, mais uma vez, reitera que a terceira edição é especial, pois o que está em jogo é um emprego na *implacável* cidade de Nova Iorque. Contudo, atendo-me à expressão *este é um trabalho em conjunto por um objetivo individual*, o que se configura como um dos importantes desafios – mais do que isso – parece ser uma estratégia necessária a ser adotada por aquelas/es jovens executivas/os que pretendam avançar na competição e *sobreviver* até as etapas finais. A esse respeito, lembro Bauman (2004), quando discute a emergência dos *reality shows* e (algumas) de suas vinculações aos modos de nos relacionamos nos dias de hoje em várias instâncias, diz o autor:

Os outros são, em primeiro lugar, e acima de tudo, competidores, tramando como qualquer competidor, cavando buracos, preparando emboscadas, torcendo para que venhamos a tropeçar e cair (p. 110).

Em tal Programa, tanto o sucesso quanto o insucesso são tratados como um “produto”, resultante mais de um esforço individual do que o de uma equipe e, para tanto, como indicou Bauman (2004), preparar emboscadas e torcer para que os outros caiam, passa ser uma condição “inevitável”, pois só há lugar para um/a o vencedor/a. É interessante destacar a lógica contraditória assumida pelo Programa! Como foi enfatizado pelo próprio Justus, ele sente-se *encantado* ao imaginar os/as jovens executivos/as *trabalhando em conjunto por um objetivo individual*. Como o apresentador afirmou: *E isso é muito importante para vocês, para vocês entenderem que quem está do seu lado amanhã, vai ser seu inimigo aqui mesmo dentro da nossa seleção*. Então, desde o início do Programa, foi-se configurando a idéia de que *lá* não é um lugar para se fazer novos “amigos”; *lá* é o lugar da competição, mesmo que essa, às vezes, se faça em um trabalho

conjunto. Assim, a competição “deve” ser exercitada quando se tem um objetivo individual que se almeja atingir. Enfim, o Programa ensina, desde o *episódio 1*, que é indispensável saber competir nessa situação que envolve a busca da realização profissional, isto é, configura-se no Programa a competição como uma forma necessária de se lidar com a sobrevivência. E isso ganha uma conotação muito especial, quando o que está em jogo é um emprego rendoso que possibilita o acesso a uma vida sofisticada e de conforto na cidade Nova Iorque.

Momento 7: Os executivos imitam os touros e as executivas cuidam das/os filhas/os

Passo, neste *momento*, a analisar algumas questões que envolvem a categoria gênero, identificadas a partir do Programa. Transcrevo, inicialmente, as falas de Justus na *sala de reuniões*.

Justus, ainda na *sala de reuniões*, alavanca a competição pelo emprego, estabelecendo um confronto ao estilo *homens contra mulheres*. Ou seja, ele elegeu uma lógica binária que contrapunha homens e mulheres para formar preliminarmente, as duas equipes que passariam a competir no Programa, conforme transcrevo abaixo (figura 18):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Nós vamos começar, porque eu acho que é bom um ponto de partida, homens contra mulheres. Não tem nenhuma regra, eu posso mudar isso no segundo Programa, se eu achar que há um desnível, entre homens e mulheres, a favor de um ou de outro, não sei(?), eu posso mudar isso a qualquer momento.</i>



Figura 18: Justus na sala de reunião alavanca a competição.

Então, foi estabelecendo um confronto de *homens contra mulheres* que Justus deu início à competição e, ao proceder assim, configurou tal critério como o mais adequado, talvez até como um critério “natural”, que lhe permitiria marcar e diferenciar inicialmente as duas equipes competidoras. Parece-me interessante fazer tal destaque, mesmo que a partir do *episódio 3*, Justus tenha efetuado remanejamentos nas equipes em função das demissões ocorridas.

Penso ser possível dizer, em relação à divisão realizada por Justus, que, no mínimo, estavam sendo projetadas expectativas diferentes para cada equipe, principalmente, quando Justus enuncia: *se eu achar que há um desnível, entre homens e mulheres*, eu mudo o critério. O chamamento a esse critério de divisão não difere de outros procedidos costumeiramente em nossa cultura, seja nos lares, nas escolas, nas empresas. A esse respeito cabe indicar o que salientaram Silveira & Santos (2004, p.267):

Aprender a ser homem e aprender a ser mulher é uma das tarefas mais precoces na nossa cultura [...] Traçam-se assim, caminhos; delineiam-se imagens; projetam-se trajetórias – que, mesmo variadas, estão ainda limitadas pelas fronteiras do esperado para meninos e meninas, para homens e mulheres.

Observo, também, que Justus assumiu, ao dar início a esta competição, que as diferenças entre *homens e mulheres* seriam óbvias e naturais, limitadas a um caráter biológico, isto é, o apresentador parece não ter considerado relevante investir em um outro tipo de critério para proceder a necessária organização das equipes. Convém, também, salientar, a partir de Connell (1995), que “o gênero é sempre uma estrutura contraditória,

sendo isso o que torna possível sua dinâmica histórica e impede que a história do gênero seja um eterno e repetitivo ciclo das mesmas e imutáveis categorias” (p.189). Assim, é no âmbito das diversas relações histórico-culturais que se constroem os gêneros, sendo esses cambiantes em função dos diferentes discursos pelos quais somos interpelados.

Neste *momento 7*, o apresentador, ao mesmo tempo que determina a primeira regra para a separação das equipes, deixa claro, mais uma vez, que é ele quem tomará, em todos as situações do Programa, as decisões que implicam a organização do mesmo, bem como a permanência e a eliminação das/dos participantes; como ele próprio declara, *posso mudar isso a qualquer momento*.

Momento 8: A surpresa de Paula

No *momento 8*, ainda na sala de reunião, Justus exibiu um vídeo com uma declaração da filha (figura 19) pequena (o nome não foi divulgado) de uma das executivas que participavam do Programa. Em tal vídeo, marcações que envolvem questões de gênero também foram configuradas. Abaixo está a transcrição:

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Eu selecionei uma pequena surpresa, que é um vídeo de alguns de vocês. Os que não estão contemplados neste vídeo, não se sintam menosprezados, foi por acaso. E nós vamos ver este vídeo juntos. Primeiro vídeo, por favor:</i>
Filha da Paula:	<i>Mamãe, eu te amo e eu quero que tu se de bem e também quero muito, muito, muito, muito que você seja muito feliz.</i>
Justus:	<i>E aí, Paula, se você tiver que entregar para empresa um pouco mais da Paula em detrimento ao estar do lado da sua filha, como é que você reage nessa situação?</i>
Paula:	<i>Não é fácil, é uma coisa muito complicada, mas eu acho que a gente tira força de algum lugar, alguma coisa vem da gente que acaba conseguindo, até por ela mesmo.</i>



Figura 19: A Filha da Paula.

Em função do que foi apresentado, pergunto: que significados estão postos em destaque nesta cena? Estaria Justus incluindo uma dimensão “emotiva” nesta terceira edição de *O Aprendiz*? Estaria ele querendo confrontar o exercício de funções como, por exemplo, a maternidade – tradicionalmente definida como função prioritária para as mulheres – em detrimento das responsabilidades de se exercer uma função executiva em Nova Iorque?

Entendo que a força produtiva de tais enunciações, proferidas por Justus, logo no *episódio 1*, parece relacionar-se a discursos que limitam as atividades das mulheres às práticas de maternagem e domésticas, embora todas as participantes do Programa possuíssem a formação acadêmica e profissional exigida pelos produtores desse *reality show*.

Saliento, particularmente, a indagação enunciada por Justus: *E aí, Paula, se você tiver que entregar para empresa um pouco mais da Paula em detrimento ao estar do lado da sua filha, como é que você reage nessa situação?*

Nessa indagação, a maternidade parece estar sendo apontada como um aspecto negativo, um grande empecilho, eu diria, até um estorvo para as mulheres que pretendam seguir uma carreira executiva em uma cidade em que *nada é pessoal* e, ainda, que se parece com um *campo de batalha*. Desse modo, Justus colocou em xeque a competência e a disponibilidade profissional daquela mulher executiva e mãe. Além disso, ele exige da candidata uma opção! Uma definição de prioridades, sendo interessante frisar que a nenhum dos executivos homens foi feita pergunta semelhante! E, em função disso, entendo

que alguns discursos enunciados neste Programa, consideraram o que seria próprio ou não a uma mulher/executiva a partir de uma política de contraposição ao que se configura como próprio e “natural” ao homem/executivo, que poderão ser visualizados nos próximos *momentos* que seguem. Na seqüência apresento a surpresa de Aníbal.

Momento 9: A surpresa de Aníbal

Neste *momento*, do mesmo *episódio*, Justus chama o vídeo dois, no qual estão focalizadas na tela de plasma, a esposa e a filha (figura 20) do candidato Aníbal, mas quem fala é a esposa (nome não identificado):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Vamos ver o vídeo dois, por favor?</i>
Esposa:	<i>Eu vou torcer para ele ganhar é lógico, mas no fundo, no fundo, eu estou torcendo para ele voltar antes, né(?) para não ficar todos os três meses, porque vai ser difícil.</i>
Justus:	<i>Torcendo para voltar antes, Aníbal? Você que sair já Aníbal?</i>
Aníbal:	<i>Eu vim para ficar até a final.</i>
Justus:	<i>Mas tua família quer que você volte antes, como que faz?</i>
Aníbal:	<i>Elas agora ficaram com falta do cozinheiro.</i>
Justus:	<i>Ah, você é cozinheiro, tá bom.</i>



Figura 20: Surpresa de Aníbal.

Considero que, nesse *momento 9*, há marcações bastante significativas no que se refere à caracterização de homens executivos. Começo destacando que, durante as declarações de Aníbal, Justus dá ares de não considerar o exercício da culinária como uma

boa característica para um homem executivo, especialmente, quando ele diz *Ah, você é cozinheiro, tá bom*, em tom de desprezo. Outra importante distinção, procedida entre homens e mulheres, refere-se aos depoimentos apresentados nos vídeos surpresa. No vídeo, destinado à candidata Paula (*momento 8*), quem falou foi a sua filha, já no vídeo do candidato Aníbal, quem falou foi a sua esposa, embora a filha estivesse ao seu lado no momento do depoimento (figura 20). O que é posto em questão é o tempo de afastamento. O sacrifício da família em função do sucesso do pai e esposo. O que o candidato reforça é que isso para ele não é problema – e brinca, com o argumento de que o que pesa mais para elas é o que ele deixará de fazer enquanto estiver fora de casa.

No entanto, mais uma vez se retoma a idéia de que o lugar das mulheres seria mesmo no recôndito dos lares, cuidando das/os filhas/os, enquanto que caberia aos homens, por serem mais “desapegados”, prover os recursos financeiros e o sustento. Identifico tal entendimento, principalmente, quando a entristecida esposa de Aníbal afirmou: *no fundo, no fundo, eu estou torcendo para ele voltar antes, né (?) para não ficar todos os três meses, porque vai ser difícil.*

Nesse *momento*, Justus reitera novamente a idéia de que o trabalho deve vir sempre em primeiro lugar na vida de um executivo, pois tal função exige um profissional que não se deixe abater por sentimentos de nenhuma outra ordem, incluindo-se entre esses os apelos de proximidade à família. Desse modo, Justus desafiou Aníbal: *torcendo para voltar antes, Aníbal? Você que sair já Aníbal? Mas tua família quer que você volte antes, como que faz?*

Entendo que todos estes discursos vão confluindo na direção de representar um modelo ideal de executivo homem, que precisa ser seguro e desapegado da família (da esposa, filhas/os), sendo esse um modelo que se expressa, particularmente, em configurações estereotipadas de executivo masculino, freqüentes em filmes e novelas televisivas que configuram altos executivos masculinos e que é, também, uma das posturas assumidas por Justus em inúmeras situações apresentadas no *episódio 1*. Então, entendo que as representações de gênero, veiculadas em *O Aprendiz*, (re)produziram certos modelos de masculinidade e feminilidade que assemelham-se a representações historicamente dominantes acerca dos papéis atribuídos (culturalmente) aos homens e às mulheres. Meyer (2001) fala-nos a esse respeito:

Aprendemos a ser homens e mulheres desde o momento em que nascemos até o dia em que morremos e essa aprendizagem se processa em diferentes instituições sociais a começar pela família, passando pela escola, pela mídia, pelo grupo de amigos, pelo trabalho, etc. Mas significa mais ainda: como nós nascemos e vivemos em tempos e lugares específicos. Gênero reforça a necessidade de sermos homens e mulheres, ao longo do tempo, ou no mesmo tempo histórico, nos diferentes grupos ou segmentos sociais (p. 32).

Então, se, por um lado, as representações do gênero masculino veiculadas em *O Aprendiz* foram associadas à escultura de um de touro de bronze (*momento 2*), imagem que nos remeteu a comportamentos de agressividade, de virilidade, de potência, de instinto e de outros mais; por outro, as representações do feminino, envolveram a articulação da mulher ao seu tradicional papel de mãe e esposa dedicada, que deve ficar à espera do marido, bem como aos cuidados dos filhos e da casa. Também na composição dos *momentos 8 e 9*, Justus trata de deixar claro que o comprometimento profissional da/o executiva/o deve vir antes da família, ou melhor, deve vir antes de qualquer outra coisa. No entanto, o que entendo ter ficado mais destacado neste *episódio* é a incompatibilidade da maternidade com o exercício adequado de uma função executiva.

Momento 10: Justus dá a primeira ordem às/aos candidatas/os: eu quero um logotipo

Retomo o momento inicial, no qual Justus, na *sala de reuniões*, alavancou a competição pelo cobiçado emprego em Nova Iorque, estabelecendo de saída um confronto entre *homens e mulheres*, conforme já indiquei no *momento 7*, dessa análise. Passo, a seguir, a relatar situações referentes à realização da primeira tarefa determinada por Justus para as duas equipes, neste *episódio 1*. As primeiras exigências feitas às duas equipes que passariam a competir no *reality show* implicaram: na escolha de um líder; na escolha de um nome que as identificasse; bem como na confecção de um logotipo para representá-las. Saliento que esta primeira solicitação de Justus (figura 21), ainda não envolvia demissão das/dos participantes. Abaixo, transcrevo a primeira ordem de Justus às duas equipes:

Episódio 1

Todos vão passar pela mesma avaliação. Nessa primeira tarefa, as mulheres vão escolher um nome e os homens vão escolher um nome – diferentemente do que nós fizemos no O Aprendiz 1 e 2, eu não quero apenas um nome, eu quero um logotipo. Vocês vão rascunhar um logotipo, vocês não são diretores de arte e nem vocês têm equipamento para finalizar. Nós vamos mandar este rascunho para uma das empresas do nosso grupo para que seja finalizado e, depois, será apresentado para nós amanhã tanto o nome, quanto o logotipo, mas já vai valer como uma avaliação importante de vocês.



Figura 21: Justus dá a primeira ordem para às equipes.

Novamente, Justus vai marcando sua autoridade quando, por exemplo, ordenou o apresentador: *as mulheres vão escolher um nome e os homens vão escolher um nome*. Logo em seguida, ele acrescentou: *eu quero um logotipo*. Ao mesmo tempo em que vai “esclarecendo” a natureza das tarefas solicitadas, na terceira edição de *O Aprendiz*, vai marcando, também, as limitações que as/os participantes possuíam, notadamente, quando disse: *vocês não são diretores de arte*. Além disso, o condutor do *reality show* anunciou que disponibilizaria os recursos de uma de suas empresas para que as/os participantes pudessem finalizar os rascunhos, por elas/os feitos do logotipo, com maior precisão e especificidade. Contudo, ele avisa às/aos participantes: *já vai valer como uma avaliação importante de vocês*, isto é, tudo é avaliado a todo instante.

Cumprida a tarefa, para qual dispuseram de um prazo de 24 horas, as duas equipes foram chamadas a comparecer ao pátio da *Young & Rubicam* – uma das empresas do grupo

dirigido por Justus - local em que também se encontravam o conselheiro Walter Longo e a conselheira Viviane Ventura.

Momento 11: As Águias são um pouco óbvias. Alliance é mais pomposo!

A equipe das mulheres escolheu a jovem Marília, de vinte e quatro anos, analista financeira de vendas da Johnson & Johnson, e a caçula do Programa para liderá-las. Já a equipe dos homens escolheu a Peter, de trinta e um anos, estadunidense, naturalizado brasileiro, profissional da área financeira e corredor de *motocross*, para ser seu líder. Saliento que o momento da escolha da/o líder de cada equipe foi pouco explorado pelo Programa, em todos os episódios, pois foram apresentados às/aos telespectadoras/es apenas alguns *flashes* dessas etapas, o que me impediu de apresentar, por vezes, considerações maiores sobre certas situações. Contudo, transcrevo, a seguir, alguns dos diálogos procedidos no andamento da apresentação dos logotipos pela/o líder, bem como os nomes escolhidos por cada equipe (figuras 22 e 23):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Vamos começar primeiro, sabendo quem é líder das mulheres?</i>
Marília:	<i>Eu sou a líder das mulheres. Marília Dantas.</i>
Justus:	<i>Você é líder das mulheres? Marília, ok. E o líder dos homens?</i>
Peter:	<i>Sou eu.</i>
Justus:	<i>Vamos começar com as mulheres, qual o foi nome escolhido, Marília, pelo grupo de vocês?</i>
Marília:	<i>Grupo Águia.</i>
Justus:	<i>E o logotipo, você tem aí?</i>
Marília:	<i>O traço contínuo de uma Águia, com o nome embaixo Grupo Águia, para mostrar clareza, determinação.</i>
Justus:	<i>Peter, qual foi o nome escolhido por vocês?</i>
Peter:	<i>O nosso grupo vai se chamar Alliance Global Partners.</i>
Justus:	<i>Alliance Global Partners? Vocês estão montando um banco de investimentos?</i>
Peter:	<i>Eu tenho mais ou menos um esboço do logotipo onde você tem Alliance escrito em cima, a gente tem a seta que representa o foco, né(!?). Porque uma coisa que uma flecha nunca faz é andar para trás. Então, é sempre certo para frente.</i>

Justus:	<i>Águia me parece um pouco óbvio, não me parece tão criativo e o de vocês (olhando para os homens), me parece um pouco complexo, desnecessariamente complexo em termos de nome.</i>
---------	--



Figura 22: Marília apresentando o logotipo



Figura 23: Peter apresentando o logotipo

Relativamente à situação transcrita, parece-me interessante ressaltar que nela, mais uma vez, foram marcadas diferenças entre homens e mulheres, pois, se de um lado, a equipe das mulheres foi depreciada por escolher um nome e um logotipo qualificado por Justus como: *um pouco óbvio, não me parece tão criativo*. Em compensação, a equipe dos homens foi, também, criticada pelo condutor do Programa, no entanto, por atribuir um nome e um logotipo a sua equipe, *desnecessariamente complexo*, que até poderia ser utilizado por um banco de investimentos. Conforme questionou Justus: *Alliance Global Partners? Vocês estão montando um banco de investimentos?*

Também é preciso marcar, em relação a esse *momento 11*, que a equipe das mulheres escolheu como nome e símbolo para representá-las, uma *Águia* (palavra feminina) alçando vôo para a esquerda; enquanto que a equipe dos homens escolheu uma seta, “interessantemente” posicionada para a direita. Como destacou Marília, a líder das mulheres: *O traço contínuo de uma Águia, com o nome embaixo, Grupo Águia - destinava-se a mostrar clareza, determinação*. Ou seja, as mulheres pareciam ter pretendido representar que essas seriam as características que gostariam de atribuir e ressaltar em relação a elas próprias. Enquanto que Peter observou, categoricamente, que *uma coisa que uma flecha nunca faz é andar para trás. Então, é sempre certo para frente*. Abaixo apresento os logotipos disponibilizados no site do Programa, após esses

terem recebido a finalização artística prometida por Justus na *sala de reunião* (figuras 24 e 25) :



Figura 24: Logotipo equipe das mulheres
(<www.rederecord.com.br>.
Acesso em: 20 set. 2006.)



Figura 25: Logotipo equipe dos homens
(<www.rederecord.com.br>.
Acesso em: 20 set. 2006.)

Além disso, se de um lado as mulheres “contentaram-se” em nomear sua equipe no idioma português, os homens adotaram um pomposo nome no idioma inglês e, ao que parece, conseguiram corresponder melhor às lógicas orientadoras de *O Aprendiz*, principalmente, se pensarmos que o grupo presidido por Justus também é nomeado por uma palavra em idioma inglês, o já mencionado *Grupo Newcomm*.

Desse modo, entendo que as diferentes avaliações que Justus procedeu sobre os logotipos e os nomes escolhidos, tanto pela equipe dos homens, quanto pela equipe das mulheres, vai ao encontro de algumas das reflexões feitas por Walkerdine (1995). Tal autora indica que, desde muito cedo, “as ações dos garotos e das garotas são compreendidas dentro de um quadro que está repleto de mitos e fantasias em torno da diferença sexual” (p.217). Segundo Walkerdine (1995), de um lado estariam as garotas, historicamente caracterizadas no universo escolar como muito “esforçadas”, dependentes, pouco criativas, necessitando serem, por isso, “transformadas”, enquanto que os garotos, por outro lado, são considerados “brilhantes”. Considerações essas que se estendem para os papéis que homens e mulheres passam a exercer na sociedade.

É interessante notar como os discursos enunciados *no episódio 1*, especialmente, no *momento 11*, parecem estar em sintonia com algumas das considerações produzidas por Walkerdine (1995), principalmente, quando Justus qualificou o nome e o logotipo da equipe das mulheres como *pouco criativo e óbvio*. Não bastasse isso, ele considera o resultado que elas obtiveram como *mediocre*, conforme poderá ser evidenciado nas transcrições dos *momentos 14 e 16*. Já, à equipe dos homens foi reservada a qualidade de *pomposa*. Sendo assim, nos discursos veiculados no *momento 11*, prevalecem

representações nas quais as mulheres são colocadas em posição de inferioridade em relação aos homens, especialmente, no que diz respeito à força moral e à capacidade profissional.

Momento 12: As mulheres “querem ficar bonitinhas” e os homens querem oferecer “serviços de avaliação física e corporal”

Dando continuidade à exploração que estou fazendo do *episódio 1*, focalizo, ainda, algumas estratégias de edição adotadas, nesta terceira edição de *O Aprendiz*, que me pareceram privilegiar uma política que coloca em situação de contraste as equipes dos e homens e a das mulheres.

Justus, ainda no estacionamento da *Young & Rubican*, anuncia a primeira tarefa, agora já “valendo” demissão, ou seja, ele anuncia a primeira tarefa oficial. Cabe destacar que, novamente estavam a seu lado Walter Longo e Viviane Ventura, seu conselheiro e sua conselheira, mas que não emitiram uma única palavra sequer. Transcrevo, abaixo, a fala de Justus, para anunciar esta primeira tarefa. Disse o condutor do Programa (figuras 26 e 27):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>Vocês têm atrás de vocês dois trailers. Vocês vão ter até as dezoito horas de amanhã, para voltarem para o pátio deste estacionamento (da Young) e trazerem o maior volume de recursos possível, que vocês vão criar com esses trailers, do jeito que vocês quiserem. A partir de amanhã, vocês têm a importante autorização da prefeitura de São Paulo para poder operar esses trailers em determinados locais, já pré-determinados pela produção. [...] Mais uma coisa muito importante, o que houver de patrocínio, nós vamos arrecadar e nós vamos doar a instituição de caridade Instituto Pestalozzi de São Paulo e que vai ficar muito feliz em receber este patrocínio que vocês vão conseguir arrecadar, com qualquer tarefa³⁰ daqui até o final do nosso Programa.</i>

³⁰ Todas as arrecadações obtidas pelas equipes, durante as tarefas foram doadas à Sociedade beneficente Pestalozzi de São Paulo que atende jovens e crianças portadoras de necessidades especiais.



Figura 26 : As mulheres em frente ao trailer



Figura 27: Os homens em frente ao trailer

Terminada a fala de Justus, Walter e Viviane coordenaram um jogo de *par ou ímpar* para decidir em quais ruas da cidade de São Paulo – dentre as pré-estabelecidas³¹ pela produção do Programa – cada uma das equipes desenvolveria sua primeira tarefa. Dessa forma, foi definido pelo resultado do jogo que a equipe *Águia* localizaria seu trailer na Rua João Cachoeira, uma Rua caracterizada por um comércio popular e na qual há uma grande circulação de pessoas. O *trailer* da *Alliance* ficou localizado em uma rua do bairro dos Jardins – destaque que o nome da rua não foi informado, devendo ter havido algum corte de edição no Programa –, sendo esse um bairro sofisticado no qual há muitas mansões e lojas de grifes renomadas.

A equipe *Alliance* logo optou por contratar dois profissionais de Educação Física para oferecer ao público, que circulava nas proximidades do trailer, serviços de *avaliação física e corporal*. Para iniciarem tais serviços, eles escolheram buscar patrocínio junto a uma Academia chamada de Bioritmo, localizada na Avenida Paulista, nos Jardins, isto é, no mesmo bairro onde estava instalado o seu *trailer*. O tipo de patrocínio solicitado pela equipe *Alliance* à Academia Bioritmo, incluía recursos financeiros, disponibilização de seus/suas profissionais para prestarem *serviço de avaliação física e corporal* aos transeuntes, bem como adesivos dessa acadêmica para fazer a identificação visual do *trailer*, equipamentos de ginástica, ou seja, essa equipe parece ter se empenhado em extrair o maior volume de recursos (dinheiro) que fosse possível conseguir. Apresento a fala de Anselmo para pontuar esse momento: *tentar conseguir patrocínio para colocar um personal trainer no trailer e, ao mesmo tempo, adesivar e fazer o melhor possível.*

Já a equipe *Águia* optou por fazer um levantamento mais detalhado do local e por realizar uma pesquisa de mercado, com o intuito de conhecer melhor o público que freqüentava a rua João Cachoeira, antes de tomar uma decisão sobre o serviço que seria oferecido. As integrantes da equipe realizaram, então, entrevistas com o público que circulava na referida rua para *entender o público da João Cachoeira*, conforme determinou a líder Marília para a sua equipe.

Contudo, ao longo de tal pesquisa, a equipe *Águia* encontrou dificuldades para obter informações junto aos lojistas. Cabe esclarecer que o Programa foi mostrando às/aos telespectadoras/es cenas de algumas situações vividas por cada uma das equipes alternadamente. Assim, na seqüência, o Programa focalizou a equipe *Alliance*, indicando o quanto essa já estava adianta no cumprimento dos objetivos que se propusera atingir que seria a oferta de serviço de *avaliação física e corporal*, bem como a obtenção de patrocínios junto a academia para a implementação do seu “negócio”.

Logo a seguir, entra cena a equipe *Águia* mostrando suas integrantes ainda indecisas acerca de qual produto ou serviço seria oferecido no *trailer*. Ênfase que, nas cenas que representavam a equipe *Alliance*, os homens apareceram, quase sempre, fazendo suas escolhas de forma mais “tranqüila”. Por outro lado, quando focalizava-se a equipe *Águia*, as mulheres apareciam em situações de conflito e de indecisão.

Foram privilegiadas, também, pela edição de imagens, cenas que representavam a equipe *Águia* tendo comportamentos usualmente marcados como fúteis. Por exemplo, em uma das cenas, a participante Letícia, de trinta e dois anos, empresária de *agribusiness* afirmava para toda a equipe *Águia*, durante uma reunião no Hilton, que elas precisariam oferecer coisas que atraíssem as mulheres, completando com a frase: *a gente precisa vender coisas para as mulheres ficarem bonitinhas*.

³¹ No Programa só foi mencionado o nome da Rua João Cachoeira, quanto à outra rua apenas foi referida pela equipe dos homens que seria nas proximidades dos Jardins.

Momento 13: A argúcia, a perspicácia e a audácia de Pedro

Na contra mão, da fala de Letícia entraram em cena comentários como o de Pedro, vinte e cinco anos, Consultor de Marketing, efetuados após o término de sua negociação com a Academia Bioritmo. Conforme transcrevo abaixo, ele denota segurança, argúcia, perspicácia, audácia e capacidade avaliativa. Enfim, ele denotou habilidades consideradas bastante desejáveis para quem pretende atuar como um executivo, qualidades que lhe permitiram alcançar um patrocínio no valor de 6.0000,00 (seis mil reais), junto à academia de ginástica. Eis, então, o comentário (figura 28):

<i>Episódio 1</i>	
Pedro:	<p><i>Durante a nossa estada na academia, eu percebi que nosso cliente era uma pessoa muito apaixonada pela empresa dele, ele fez questão de mostrar cada pedacinho da empresa, cada partezinha do negócio. E, depois de quase uma hora, circulando dentro da empresa dele, eu percebi que ele estava meio inebriado pela sensação, pelo prazer, pela paixão que ele tem pelo negócio dele e, aí, na hora de sugerir o valor, já depois de ter falado sobre os detalhes. Eu pensei assim: vou ser um pouco agressivo em vez de sugerir cinco, eu vou sugerir seis mil. Ele estava tão a fim da idéia, que ele sequer retrucou e, nisso, fechamos em seis mil. Percebemos que o dono da academia era uma pessoa muito apaixonada pelo negócio dele.</i></p>

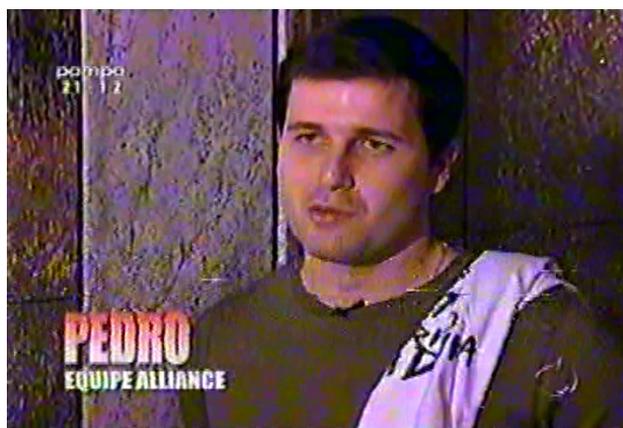


Figura 28: Pedro fala para as câmeras na saída da Academia Bioritmo.

Neste *momento 13*, visualiza-se apenas Pedro exultante e orgulhoso por ter conseguido tal patrocínio, desse modo, ele fez que questão de compartilhar com as câmeras

as estratégias que utilizou para efetivação de sua lucrativa negociação, disse o jovem executivo: *eu pensei assim: vou ser um pouco agressivo em vez de sugerir cinco, eu vou sugerir seis mil. Ele estava tão a fim da idéia, que ele sequer retrucou e, nisso, fechamos em seis mil. Percebemos que o dono da academia era uma pessoa muito apaixonada pelo negócio dele.* A partir das considerações de Pedro é possível depreender, que ele *não se contenta com pouco*, nem mesmo *é um amador*, quando o assunto é obter patrocínio.

Na cena seguinte, quem foi focalizada foi a integrante da equipe *Águia*, Karine. Ela apareceu na Rua Vinte e Cinco de Março – rua da cidade de São Paulo, conhecida por ser um local que movimenta um grande volume de vendas de produtos para camelôs e sacoleiras – solicitando ao telefone às suas colegas de equipe, que estavam no Hilton, uma mudança de estratégia. Karine (de vinte e quatro anos, Consultora de planejamento estratégico e treinamento) adiantava ao telefone, para as demais integrantes da equipe, que não havia conseguido comprar as tais coisas *para as mulheres ficarem bonitinhas* (suponho que fossem acessórios como colares, brincos etc.) – conforme tinha sido sugerido por sua colega de equipe Letícia. Como já venho marcando, estabelecer uma política de contatos entre homens e mulheres parece ter sido uma das importantes características desse Programa, conforme é possível observar no próximo *momento*.

Momento 14: As *Águias* não conseguem voar

Imediatamente após, entra em cena a equipe *Águia*, porém Karine já está com as demais integrantes reunidas em uma sala do Hilton, discutindo qual produto ou serviço poderia ser vendido, em função de não ter sido concretizada a possibilidade de revenda de produtos da Rua Vinte e Cinco de Março. Transcrevo, abaixo, a fala da líder (figura 29):

<i>Episódio 1</i>	
Marília:	<i>Fomos forçadas a mudar de estratégia. O que eu não vejo como uma boa coisa, mas eu entendo que aconteceu o problema e agora a gente precisa resolver.</i>
Bia:	<i>Você está sendo muito democrática e democracia demais vira zona. Você está escutando muito. A gente tem que determinar uma estratégia e a gente tem que seguir esta estratégia. Cara! A gente vai e volta. E nisso a gente está perdendo</i>

	<i>muito tempo. Eu acho que você tem que definir, e galera, agora vamos!</i>
--	--



Figura 29: Marília de costas e Bia à frente. As duas discutem no Hilton.

Foi uma leitura interessada, tal como essa que estou realizando nesta dissertação, que me permitiu flagrar nesses *momentos* do *episódio 1*, representações que pareceram caracterizar as participantes mulheres como fúteis, frágeis e com baixa capacidade de liderança. Principalmente, quando no *momento 14*, acima transcrito, Bia criticou Marília, por não saber liderá-las: *A gente vai e volta. E nisso a gente está perdendo muito tempo. Eu acho que você tem que definir, e galera, agora vamos!*

Após esses *momentos* que demonstraram a indecisão da equipe *Águia*, tal equipe acabou optando pelo mesmo tipo de serviço oferecido pela *Alliance*, isto é oferecer serviços de *avaliação física e corporal*. Saliento, que a partir do que foi veiculado no Programa, não foi possível identificar se a opção da equipe *Águia*, pelo mesmo tipo de serviço oferecido pela equipe *Alliance*, foi uma coincidência ou não. No entanto, da mesma forma, a equipe *Águia* foi, também, buscar patrocínio junto a uma academia de ginástica. A Fourfit, localizada nas proximidades da Rua João Cachoeira³², para a qual foi solicitado o modesto patrocínio no valor de R\$ 1.200,00 (um mil e duzentos reais), negociado por Carolina Carlassara (Carol) e por Yanne. Então, ressalto que, desde o início do *episódio 1*, tudo o que foi apresentado foi delineando, talvez até pelo modo como foram produzidas as edições, que a equipe *Alliance*, isto é, a equipe dos homens seria a grande vencedora da primeira tarefa, pois essa foi representada em diversas situações como mais capaz, mais

³² O endereço não foi informado, foi mencionado pela equipe das mulheres que está academia situava-se nas proximidades da referida João Cachoeira.

decidida e mais audaciosa. Enquanto a equipe *Águia* foi apresentada como pouco objetiva, pouco ambiciosa, portanto, como “menos capaz”, o que justificaria plenamente a vitória da *Alliance*.

Momento 15: Justus anuncia a vitória da *Alliance*

Destaco que a equipe *Alliance* conseguiu obter R\$ 7.200,00 (sete mil e duzentos reais) a partir de seu empreendimento que forneceu serviços de *avaliação física e corporal*, já a equipe *Águia* conquistou R\$ 3.000,00 (três mil reais), oferecendo o mesmo tipo de serviço, porém, em outro ponto da cidade. Conforme anunciou Justus:

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<i>O grupo Alliance Global Partners conseguiu um lucro 240% maior do que o grupo Águia e, portanto, ele é o vencedor desta tarefa e merece uma recompensa.</i>



Figura 30: Justus entre Walter e Viviane anuncia a vitória da *Alliance*.

Após o anúncio do resultado, os homens comemoraram a sua primeira vitória e receberam como recompensa um jantar em um sofisticado Hotel de Guarujá, uma cidade praiana localizada no litoral paulista, ao qual compareceram, além dos participantes da equipe *Alliance*, Justus e sua esposa *Ticiane Pinheiro*.

Além disso, a recompensa dos *vencedores* incluiu também, um passeio de iate regado a muito champanhe e intercalado a banhos de mar. As cenas escolhidas para

representar os momentos da comemoração dos homens enfatizaram o quanto eles estavam felizes e sendo bem recompensados. Tais cenas foram organizadas sob a forma de um *videoclipe*, com muitos “cortes”, pouquíssimas falas e sonorizadas por uma música instrumental (que lembrava o som de uma gaita de boca) e que chamo, neste estudo, de *a música da vitória*, pois essa passou a ser o motivo musical de todas as cenas que retratavam a equipe vencedora de cada tarefa.

É interessante salientar que, intercalando-se a essas cenas de comemoração foram veiculadas cenas da equipe *Águia* – a derrotada – com as mulheres sentadas no chão, no sofá, ou na cama da luxuosa suíte que ocupavam no Hilton. Tais cenas também ganharam um fundo musical, que denomino, neste estudo, de *a música da derrota*, por lembrarem a cadência dos batimentos cardíacos, além de remeterem a uma sensação de ansiedade.

No *videoclipe* da *derrota*, as integrantes da equipe foram focalizadas lamentando-se individualmente e até fazendo uma espécie de confissão das faltas cometidas; já em grupo, essas procuravam “achar entre elas” uma explicação para os seus erros. Procuo apresentar, na figuras abaixo, os contrastes que foram estabelecidos a partir desses dois *videoclipes*, exibidos alternadamente (ver figuras 31, 32,33 e 34):



Figura 31: Karine diz: *Marília não soube liderar*



Figura 32: Os homens brindam a vitória



Figura 33: Os homens festejam a vitória



Figura 34: Letícia diz: Yanne não sabe relacionar-se

Em seguida, ainda na suíte, focalizou-se o momento em que a equipe *Águia*, recebeu um telefonema da secretária de Justus, solicitando a presença de toda a equipe na *sala de reunião*. Na cena seguinte, já na temida *sala de reunião*, a líder Marília confessou que houve falhas na atuação da equipe e pediu uma segunda chance a Justus, prometendo ser mais cuidadosa e ambiciosa no planejamento das próximas tarefas. No entanto, conforme determinavam as regras estabelecidas pelo Programa, a/o líder da equipe derrotada precisaria indicar, para ir junto com ela/ele à uma próxima etapa de discussão com Justus, outras duas integrantes da equipe por ela liderada.

Como já indiquei, as cenas ocorridas na *sala de reuniões* sempre corresponderam a momentos culminantes do Programa, que será mais explorado nas análises que conduzirei sobre o episódio final. Nesse tipo de reunião, em especial, processavam-se decisões definitivas, pois essa era a situação na qual o pequeno grupo responsabilizado pelo fracasso, precisava defender-se e contestar as acusações feitas por Justus e seu conselheiro e/ou conselheira. Para esta primeira reunião eliminatória, a líder das mulheres Marília indicou suas colegas Paula Ramos e Carolina Carlassara (Carol), com a alegação de que elas teriam colaborado muito pouco para a realização da tarefa. As duas seriam, então, ao lado da líder, as mais responsáveis pela derrota das *Águias*.

Momento 16: Marília, Você está demitida!

Transcrevo, abaixo, alguns trechos da *sala de reunião*. Após muitas discussões, Justus começa a configurar a sua sentença e falou para Marília (figura 35):

<i>Episódio 1</i>	
Justus:	<p><i>Você largou seus comandados quase que ao “bel prazer” de cada um, e isso acabou refletindo no resultado final medíocre, que vocês apresentaram aqui!</i></p> <p><i>Portanto: Marília, você está demitida! E vocês peguem isto como uma grande lição, por que eu estou de olho em vocês, pois não terão uma segunda chance de não desempenhar. Por favor, então, corram atrás de seu sonho. Muito obrigado, vocês podem se retirar.</i></p>



Figura 35: Marília, Carolina e Paula na temida *sala de reunião*

É interessante Justus ter utilizado expressões masculinas *seus comandados* e *cada um*, embora estivesse se referindo a uma equipe constituída, apenas, por mulheres. Também, mais uma vez foi reiterada a idéia de que *O Aprendiz*, realmente, pretende ser uma aula sobre como se comportar e agir diante de uma reunião e de um desafio. Desse modo, fica bem claro que em *O Aprendiz* os erros não são tolerados e que a falta de ambição e de liderança, frente a uma equipe, parece ser um dos piores defeitos que um/a executivo/a pode ter. Foi desse modo que Justus “inaugurou” o uso do impiedoso bordão *Você está demitida!*, que passou a ser proferido por ele, em todos os demais episódios para aquelas/aqueles que eram responsabilizados pela derrota de sua equipe, sendo, então, sentenciados com a sua demissão.

Ao fim do *episódio 1*, o condutor do Programa vociferou: *peguem isto como uma grande lição*, dirigindo-se à Carol e a Paula que conseguiram escapar da demissão. No entanto, imediatamente, ele também as ameaça: *vocês não terão uma segunda chance de não desempenhar. Por favor, então, corram atrás de seu sonho.*

Momento 17: Marília, volta para casa de taxi

Marília, a primeira líder, terminou sua curta participação em *O Aprendiz*, enunciando a seguinte lição para uma câmera anexa ao táxi³³ que a conduziu de volta à sua residência (figuras 36 e 37):

<i>Episódio 1</i>	
Marília:	<i>Eu preciso muito me vender não só para a equipe, como para o chefe, porque eu não devo confiar que as pessoas vão falar a mesma coisa para mim e para os outros. Eu acho que a Beatriz é mau caráter, falou uma coisa para mim e depois falou outra, entendeu? E eu não gostei disso, eu acho que isso é errado. Roberto, muito obrigada pela oportunidade, eu aprendi bastante. Eu tenho certeza que você ainda vai escutar de mim no mercado.</i>



Figura 36: Marília entra no táxi



Figura 37: Marília dá o seu depoimento final.

Sobre esse excerto, cabe referir em especial a expressão *eu não devo confiar que as pessoas vão falar a mesma coisa para mim e para os outros. Eu acho que a Beatriz é mau caráter!* O comentário, ou a lição que mais parece ter sensibilizado Marília foi aprender a não confiar nos outros! Bia (como era chamada a candidata pelos/as demais participantes), por exemplo, só teria externado totalmente suas posições em relação à liderança de Marília diante de Justus. Ao que parece, essa foi a estratégia de Bia para garantir sua permanência do Programa: acusar a líder e responsabilizá-la. Disse ela: *você era a líder, faltou*

³³ Todas/os candidatas/os demitidas/os deixaram o Hotel de táxi, conforme prevê a regra do Programa e esse é, também, um dos momentos registrados pelas câmeras.

sensibilidade tua, referindo-se ao mau desempenho da equipe *Águia*. Isto é, ela jogou toda a responsabilidade pelo insucesso da equipe na líder Marília, tratando logo de se livrar de qualquer possível responsabilidade que pudesse prejudicá-la.

Como estarei apresentando ao longo das análises que organizei em torno do *episódio 16*, a candidata Bia sempre defendeu-se atacando as/os outras/os participantes das equipes em que participou. Indico, também, que Bia foi finalista do Programa, juntamente com Anselmo, que acabou sendo o vencedor, e que a acusação de mau-caráter foi proferida contra ela em outras oportunidades e por outras/os participantes. Além disso, ela foi acusada de não saber relacionar-se com as/os outras/os participantes, bem como de agir sempre em função dos seus interesses pessoais.

As considerações que Bauman (2004) faz sobre *reality show* são condizentes com situações representadas em *O Aprendiz*, especialmente, com as sessões de “julgamento”, sempre mais animadas pelo “resultado” da última e mais imediata tarefa, do que pelos méritos alcançados em episódios passados. Para Bauman (2004, p.109), os *reality show* são uma mistura de prazer e advertência juntos, ficando neles implícita a idéia de que ninguém é indispensável; esses corresponderiam, inclusive, como destacou o autor, a “ensaios públicos sobre a descartabilidade dos seres humanos”. Como ele também indicou:

Cada jogador, a cada momento, está por conta própria, e para progredir (sem falar do topo) deve primeiro colaborar na exclusão de muitas outras pessoas ávidas por sobrevivência e sucesso que estão bloqueando o seu caminho –mas apenas para superar, uma por uma, todas aquelas com quem tivemos de cooperar, e abandoná-las, derrotadas e inúteis (p.109)

E essa sua consideração parece sintetizar de forma bastante interessante às dinâmicas utilizadas por Bia e por outras/os participantes para avançar na competição.

Considero, também, que o processo seletivo ritualizado neste *reality show* foi uma outra forma de marcar e reforçar, as distâncias existentes entre características configuradas como próprias e naturais aos jovens executivos homens e aquelas usualmente atribuídas às jovens mulheres executivas. Ao finalizar as análises do *episódio 1*, é possível indicar que *O Aprendiz* opera na produção de discursos que associam trabalho executivo e masculinidade, através da indicação de situações em que foram (re)produzidas “lições” acerca do que é ser um homem – executivo bem-sucedido – principalmente, representadas na postura estereotipada assumida pelo condutor e personagem principal dessa trama,

Roberto Justus. Problematizei este modelo, neste estudo, por entender que, mesmo em um mundo em que *nada é pessoal* e tudo é tratado como um negócio, não há um único modo de posicionar-se como um homem ou mulher executivo/a bem-sucedido/a, tal como o apresentador foi constantemente reiterando em seu Programa.

Destaco que desde os *momentos* iniciais do *episódio 1*, foi colocada uma forte ênfase na dimensão de atributos associados ao masculino. Como referiu Justus: *Fazer negócios nessa cidade, significa atacar sempre* e, logo após, *É bom que o meu aprendiz tenha o sono leve!* E, mais adiante, *“se contentar com pouco é para amadores. Esse é um Programa para profissionais”*. Ou seja, o apresentador foi reiterando, sempre, suas posições através de afirmações vinculadas constantemente ao gênero masculino. Sendo a estátua do touro de bronze, animal que, muitas vezes, é utilizado para representar comportamentos histórico e culturalmente referidos como próprios aos homens como a virilidade, a resistência, a agressividade e a força física, tomada como um importante marcador das “qualidades” necessárias a quem pretendesse atuar no mundo dos negócios como destacou Justus, ao longo deste Programa.

Enfim, cabe registrar, que as temáticas e os chamamentos feitos no Programa a questões que envolvem lógicas empresariais têm garantido a Justus a possibilidade de ministrar palestras para executivas/os em diversas cidades do país, para ensiná-las/os a como “se darem bem” no mundo do trabalho. Além disso, ele se propõem, também, a ensiná-las/os a como escolher as/os colaboradoras/es “ideais”. Ou seja, se Justus já possuía, mesmo antes de envolver-se com a primeira edição de *O Aprendiz*, uma reputação de executivo bem sucedido, após comandar um total de quatro edições desse Programa, tal empresário passou a ser visto, por muitos, como um *expert* em processos seletivos de executivas/os. Ao mesmo tempo, nesse *episódio 1*, reforçou-se a sua reputação de hábil “farejador” de talentos e foi sendo definido, a partir de suas enunciações e atitudes um “modelo ideal” de executiva/o, ao qual precisariam se ajustar aquelas/aqueles que pretendam ter sucesso em suas carreiras.

As últimas farpas ao vivo e a cores – A formiga venceu o leão e Anselmo foi contratado!

O *episódio 16*, o episódio final da terceira edição de *O Aprendiz*, foi transmitido ao vivo, a partir das vinte e duas horas e quinze minutos do dia 26 de setembro de 2006, direto do Teatro da Rede Record em São Paulo. A platéia do Teatro era composta pelas/os ex-participantes da terceira edição de *O Aprendiz*, por participantes das edições anteriores, pelos patrocinadores do Programa, além de executivos da Rede Record de Televisão e outros convidados de Justus, conforme foi anunciado pelo condutor do Programa logo no início deste último episódio.

Começo analisar agora o *episódio 16*, indicando que decidi incluí-lo em minhas análises, pois nele, além das dinâmicas que costumavam estruturar rotineiramente o Programa, como indiquei na caracterização e nas análises do *episódio 1*, foram incluídas algumas outras como: *flashes* dos episódios anteriores de *O Aprendiz*; assim como comentários avaliativos sobre os dois finalistas, Bia e Anselmo, emitidos ao vivo, no ambiente da *sala de reunião*, por seis participantes já “demitidas/os” do Programa.

Depois de tudo isso ter sucedido, além de retomarem-se os debates contendo ofensas e acusações, o Programa terminou com a definição de *Anselmo* como o “grande” vencedor da terceira edição de *O Aprendiz*.

Para examinar o *episódio final*, também o dividi em *momentos*, tal como na análise anteriormente conduzida sobre o *episódio 1*. No entanto, priorizei, nesta etapa do trabalho, examinar as situações ambientadas na *sala de reunião*. Procurei observar, especialmente, a forma como Justus inquiriu as/os jovens executivas/os e solicitou que a confissão de todas as suas faltas fosse feita perante ele, a platéia e às/aos telespectadoras/es. Larrosa (2000), a partir de uma perspectiva foucaultiana, diz que “o ver-se, o expressar-se e o narrar-se, convertem-se em julgar-se”. Isto é, foi especialmente na última sessão da *sala de reuniões*, que as/os jovens executivas/os foram convocados/as a prestar contas de si e, também, das/os outras/os participantes. Tomo, ainda, emprestada do referido autor, a expressão “contabilidade” para representar a contendas finais do Programa (p.74-75). Passo a apresentar os *momentos* do *episódio final* que selecionei e analisei de modo seqüencial:

<i>Episódio Final</i>	
<i>Momento 1:</i>	Justus apresenta ao vivo a grande final
<i>Momento 2:</i>	Apresentação do videoclipe de Anselmo
<i>Momento 3:</i>	Apresentação do videoclipe de Bia
<i>Momento 4:</i>	Justus instiga as/os ex-candidatas/os
<i>Momento 5:</i>	Justus diz: Bia sabe utilizar os argumentos corretos
<i>Momento 6:</i>	Justus propõe uma votação entre as/os ex-candidatas/os para escolha da/o finalista
<i>Momento 7:</i>	Começa uma outra reunião. Apenas Bia e Anselmo, enfrentam Justus, Walter e Viviane.
<i>Momento 8:</i>	Tarefa final empatada. Justus propõe uma nova avaliação !
<i>Momento 9:</i>	A Prova do touro de bronze <i>sempre pronto para atacar</i>
<i>Momento 10:</i>	Um tubarão, um leão, uma formiga e uma raposa
<i>Momento 11:</i>	Walter Longo e Viviane Ventura aconselham Justus pela última vez
<i>Momento 12:</i>	Bia Explica-se: tenho gênio forte, mas não sou ruim.
<i>Momento 13:</i>	Anselmo diz: a formiga já se adaptou a Nova Iorque
<i>Momento Final:</i>	Formiga venceu o Leão. Anselmo é <i>O Aprendiz</i>

Momento 1: Justus apresenta ao vivo a grande final

O episódio final da terceira edição de *O Aprendiz* começou com Justus de costas para a platéia (Figura 38) para anunciar aos/às telespectadores/as:

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Estamos ao vivo do Teatro Record e é, nessa noite, que eu vou decidir quem eu vou contratar. Quando nós começamos, eu dei as boas vindas para dezesseis pessoas e a dezesseis sonhos, mas só um será o vencedor da nossa entrevista de emprego. Um sonho vai terminar hoje e o outro vai começar a se realizar. Para um deles, o projeto de uma vida nova vai se transformar em uma nova vida. Para qual dos dois, para Bia ou para o Anselmo?</i>



Figura 38: Justus apresenta a ao vivo a “grande final”

As palavras transcritas no excerto foram as primeiras palavras enunciadas por Justus na abertura da “grande final” de *O Aprendiz*. Foi em clima de *show*, que o condutor do Programa ressaltou a transformação que seria operada na vida daquela/e que fosse por ele contratado: *Para um deles, o projeto de uma vida nova vai se transformar em uma nova vida*. Após esta fala de Justus, sucederam-se algumas outras e em seguida passaram a ser projetadas no telão, do já referido Teatro Record, cenas de Bia e de Anselmo, sendo essas alternadas com falas do condutor do *reality show*. Indico que estas cenas foram organizadas de modo a (re)produzir um *videoclipe*, isto é, a proceder a uma síntese da participação desses dois finalistas ao longo do Programa.

Momento 2: Apresentação do videoclipe de Anselmo

Apresento a seguir, a transcrição de algumas das frases pronunciadas por Anselmo ao longo de todos os episódios, tal qual foram agrupadas, reeditadas em seu *videoclipe*, exibido nos instantes iniciais do *episódio final*. Anselmo parecia já estar convicto de que seria o vencedor. Disse o finalista (figura 39):

<i>Episódio Final</i>	
Anselmo:	<i>Eu acredito que a possibilidade do Programa é realmente colocar você a prova. Por uma questão de acreditar e dar o máximo possível. Eu me sinto seguro em qualquer ambiente, em qualquer ocasião. Eu quero vencer O Aprendiz, porque eu estou com essa garra, a passagem já está com o meu nome, sentado no avião indo para Nova Iorque.</i>



Figura 39 : Uma das imagens apresentadas no videoclipe de Anselmo

Momento 3: Apresentação do videoclipe de Bia

Na seqüência do Programa, passou ser a apresentado o *videoclipe* que focalizava a candidata Bia, também produzido a partir de uma composição de cenas e de falas dessa finalista, que invoca Deus para ajudá-la (figura 40):

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Ganhar é óbvio que eu quero, ser a aprendiz é óbvio que eu quero muito. Eu vou para Nova Iorque, se Deus me quiser lá. Eu vou ser a Aprendiz 3! Escutar o Roberto falar, Bia, você está contratada, é um sonho! Eu quero muito poder realizar isto.</i>



Figura 40: Uma das imagens apresentadas no videoclipe de Bia.

Após a apresentação desses dois *videoclipes*, Justus anunciou posicionando-se bem próximo à platéia, qual seria a dinâmica deste último e também decisivo episódio do Programa. Em seguida, o apresentador convidou a platéia e as/aos telespetadoras/es para assistirem a um outro vídeo sobre a execução da última tarefa, que fora solicitada à finalista Bia e ao finalista Anselmo, no episódio anterior, veiculado pela TV, no dia 24 de setembro de 2006.

Esse vídeo, apresentado no *episódio final*, lembrava a proposição da décima quinta e última tarefa, mostrando a incumbência dos finalistas Bia e Anselmo de captarem recursos para reformar e *transformar* (como é indicado por Justus) a vida das pessoas do lar de crianças *Casa do Cristo Redentor*, que ficara sob a responsabilidade de Bia e da *Pousada da Luz Divina*, lar de idosos, que ficara sob a responsabilidade de Anselmo. Para a realização dessa tarefa, cada finalista contou com a colaboração de três de suas/seus antigas/os companheiras/os já eliminadas/os do Programa, que foram por ela/ele escolhidas/os.

Logo após a apresentação desse vídeo, a câmera focalizou Justus, já na *sala de reunião*, montada neste último episódio, no palco do Teatro Record, estando ele sentado à mesa entre Walter Longo e Viviane Ventura, seu conselheiro e sua conselheira. Em seguida, Justus solicitou que ingressassem na *sala de reunião* os/as ex-candidatos/as Paula (Paulinha), Karine, Yanne, Maximiliano (Max), Carlos (Nakao) e Pedro, convidadas/os pelo apresentador para falarem sobre os desempenhos de Bia e Anselmo, em relação à última tarefa. Enquanto isso, Bia e Anselmo aguardavam em uma sala ao lado do palco.

Momento 4: Justus instiga as/os ex-candidatas/os

Cabe referir, que embora Justus tenha chamado o grupo de ex-candidatas/os para comentarem os desempenhos de Bia e Anselmo, esses/as foram incitados, também, por Justus, a falarem sobre às suas próprias atuações ao longo dos episódios de que participaram. Justus começou a reunião final instigando-os a lembrarem seus antigos desentendimentos, principalmente, as polêmicas situações ocorridas entre Bia e Yanne. Já a platéia acompanhou o desenrolar da *sala da reunião* através do telão. Justus começou anunciando o que esperava do grupo de ex-candidatas/os e, ao mesmo tempo, passou, logo

a seguir, a inquiri-los, como pode ser visto nas transcrições apresentadas abaixo (figura 41):

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Estamos iniciando a última sala de reunião do Aprendiz 3. Dessa sala vai sair aquele que vai ser contratado e que vai trabalhar em Nova Iorque. Para ajudar a gente, nos vamos chamar os participantes convidados que acompanharam e ajudaram nessa importante e última tarefa. Com atenção, vamos ver o que eles têm a nos dizer: Alessandra (a secretária que estava na sala ao lado), peça para os nossos convidados entrarem, por favor. Tudo bem com vocês?</i>
Ex-candidatas/os respondem em “coro”:	<i>Tudo bem!</i>
Justus:	<i>Hoje nós temos uma missão importante, que é a final de O Aprendiz 3. Então, hoje eu queria que vocês abrissem o coração e fossem muito sinceros. Eu gostaria de saber ali o que vocês sentiram? Nakao, eu vou começar com você hoje. O que você sentiu do Anselmo nessa tarefa? O que você achou que foram as grandes virtudes dele? Ou os grandes defeitos dele?</i>
Nakao:	<i>Perfeito!</i>
Justus:	<i>O que você viu?</i>
Nakao:	<i>Sendo bem honesto, a minha opinião a respeito do Anselmo da primeira até a última tarefa, mudou drasticamente. No primeiro momento, eu não tinha o Anselmo como um candidato tão forte quanto eu tenho hoje. Ele soube aprender com o decorrer desta maratona.</i>
Justus:	<i>Aliás, Yanne, deixa eu só fazer uma pergunta – O Anselmo disse que você se superou nessa tarefa. Isto foi por que era tão importante para você derrotar a Bia, que você deu mais de você do que daria?</i>
Yanne:	<i>Não, sabe o que aconteceu?</i>
Justus:	<i>Não tem um pouco disso, não?</i>
Yanne:	<i>Ele foi um líder que me deixou à vontade. Ele conseguiu extrair de mim todo o meu potencial. Diferentemente do que aconteceu comigo nas treze tarefas de O Aprendiz, que todas as minhas qualidades eram minadas, enfim, pisoteadas.</i>
Justus:	<i>Você acha que ela sempre te minou e te atrapalhou?</i>
Yanne:	<i>Foi, foi, me atrapalhou muito. Então, várias vezes eu soube aceitar o que a Karine falou e vice-versa, porque existe respeito. O Justus, eu não</i>

	<i>consigo vê o exemplo que a gente vai passar de um bom profissional, de um profissional que não lida com o respeito, com ética, isso para mim é... é... é!?</i>
Justus:	<i>Deixa eu partir para o lado de cá um pouco, porque se não! Vocês concordam que o comportamento da Bia é um comportamento antiético a esse ponto?(referindo-se para o grupo que havia trabalhado para Bia)</i>
Max:	<i>Parece um pouco estranho a maneira como a Yanne coloca as coisas, porque fica parecendo que a Bia não respeita, mas eu andei lendo o seu livro esses dias, você falava sobre perder e que o ódio, de certa forma tem um quê de paixão. Então, eu acho que quando as duas estavam competindo... (Justus interrompe).</i>
Justus:	<i>Eu sempre digo que não tem que gostar de perder, tem que saber perder. Que é há uma diferença muito grande entre uma coisa e outra. A gente nunca deve gostar de perder, porque quem gosta de perder, aceita a derrota com mais facilidade, não vai ser um vencedor.</i>
Max:	<i>Eu até cheguei a falar isso em depoimento, que a relação da Bia com Yanne tem um pouco de paixão. Eu discordo, totalmente, que a Bia não respeite ou de que ela não seja uma boa profissional.</i>



Figura 41: As/Os ex-candidatas/os que auxiliaram na execução da última tarefa do Programa

Como já indiquei em capítulos anteriores, essa era a etapa de *O Aprendiz* que acontecia na *sala de reunião*, era o ponto máximo, aliás, foi sempre o auge do Programa em todas as suas edições. A *sala de reunião* era a etapa em que eram promovidas e exploradas por Justus, à exaustão, as situações de conflito entre as/os candidatas/os. Nesta última sessão, no entanto, isso foi feito de modo extremo.

Destaco que uma das primeiras manifestações, não surpreendentemente levantadas e exploradas nessa última *sala de reunião*, focalizou os problemas de relacionamento ocorridos entre Yanne e Bia. Yanne, que ao longo do Programa teve constantes atritos com a sua rival Bia, pareceu ter sido estrategicamente escolhida por Anselmo para assessorá-lo na realização de sua última tarefa. Yanne, por sua vez, aproveitou-se dessa aliança para dizer: *Ele foi um líder que me deixou a vontade. Ele conseguiu extrair de mim todo o meu potencial. Diferentemente do que aconteceu comigo nas treze tarefas de O Aprendiz, que todas as minhas qualidades eram minadas, enfim, pisoteadas.* Ao mesmo tempo em que ela elogiou Anselmo, aproveitou para reforçar, mais uma vez, a idéia do quanto a Bia havia impedido-a de avançar na competição e fazer um bom trabalho.

Cabe indicar que Yanne atuou juntamente com Bia em outras treze tarefas e que, ao longo de todas elas, as duas competidoras digladiaram-se com ofensas, iniciando suas desavenças já no *episódio 1*. Nele, Bia declarou, por exemplo, *A Yanne não tem foco*, ao comentar o desempenho da candidata na tarefa do *episódio 1*, na *sala de reunião* diante de Justus. Por sua vez, Yanne rebatera a essa consideração alegando: *A Bia tem um certo descontrole emocional.* Cabe indicar, ainda, que as referidas desavenças começaram logo no início da terceira edição de *O Aprendiz!*

É possível dizer que Bia assumiu/representou em todos os episódios uma posição *flexível*, não no sentido de ser “boazinha”, mas no sentido de moldar-se às circunstâncias e de agir de acordo com a demanda de cada ocasião, tal como referiu Sennett (2001) para outras situações similares, “o truque é não deixar nada agarrar-se a nós”; ou seja, como ressaltou o mesmo autor, “aquelas/es que desejam ser bem sucedidos, devem afastar-se das situações embaraçosas” (p.122). Além disso, cabe referir que Bia revelou ter uma boa capacidade de argumentação e isso lhe foi permitindo escapar da tão temida demissão.

Já Yanne concentrou suas forças em fazer o papel da “boa moça”, adotando um comportamento supostamente menos *flexível* do que o de sua rival. Contudo, ela assumiu, ao mesmo tempo, ora o papel de *vítima*, ora de *heroína*, lutando, ao longo de todos os episódios de que participou, para “desmascarar” sua inimiga Bia. Disse a *heroína* no *momento 4*: *O Justus, eu não consigo vê o exemplo que a gente vai passar de um bom profissional, de um profissional que não lida com o respeito, com ética, isso para mim é... é... é!?*

No entanto, apesar de todo o esforço de Yanne para eliminar sua oponente, Justus parecia simpatizar muito e até admirar a finalista Bia, não se preocupando com seu estilo de jogo, como é possível observar no diálogo que transcrevo abaixo, também transcrito na *sala de reunião*, no último episódio, no *momento 5*.

Momento 5: Justus diz: Bia sabe utilizar os argumentos corretos

<i>Episódio Final</i>	
Justus perguntou para Karine:	<i>Você acha que a Bia faz jogo político?</i>
Karine:	<i>As pessoas não tinham coragem de atacar ela, quando ela deixa de trabalhar na tarefa da Pizzaria, na tarefa de Boston³⁴. Ela está ‘quase fora’ e ninguém tem coragem de falar e atacar.</i>
Yanne:	<i>Parece que o mundo está ao contrário e ninguém conseguiu ver.</i>
Viviane – a conselheira:	<i>Eu senti isso, quando ela foi a responsável pelas meninas terem perdido a tarefa em Foz do Iguaçu³⁵. Você disse para a Yanne (referindo-se a Justus) – Eu não acredito que você não trouxe a Bia!</i>
Justus:	<i>Se Bia foi tão inteligente, a ponto de convencer alguém de não trazê-la para a sala de reunião... (logo depois de sua fala, sorri ironicamente).</i>
Yanne:	<i>Mas aí, falta ética!</i>
Justus	<i>Que ética? Ninguém obrigou ninguém a fazer nada! Se você usa argumentos para fazer um negócio, para convencer algum fornecedor, cliente de alguma coisa, argumentos corretos, não é enganar ninguém. Ela usou argumentos e se os seus argumentos pegaram... hummmm..., competência dela. Ela está aqui na final de O Aprendiz. Quem não usou</i>

³⁴ Na tarefa que consistia em administrar uma pizzaria, Bia mostrou-se um pouco “mais submissa” do que em outras tarefas, parece ter boicotado a liderança de Yanne. Justus, inclusive, referiu-se à situação dizendo: *you left Yanne to scab on her own*. Já na tarefa de Boston, o que estava em jogo era a elaboração de um plano de negócios para a viabilidade estratégica e logística de uma agência de publicidade a ser sediada em Boston (EUA). Esta tarefa visava avaliar o nível de inglês escrito e falado das/dos participantes e, também, o conhecimento e a adaptação ao local -o país em que as/os candidatas/os pretendiam trabalhar. Bia ficou trabalhando no Hotel Hilton, em São Paulo, e encarregada de elaborar a apresentação para Justus. Porém, em seu trabalho foram encontrados erros grosseiros de inglês. Apesar disso, ela conseguiu escapar da demissão ao alegar que as/os colegas não lhe tinham enviado o material necessário a tempo de lhe permitir fazer uma adequada revisão do texto.

³⁵ Bia foi a candidata que cometeu o maior número de infrações nesta tarefa. Em tal tarefa, as/os candidatas/os trocaram seus trajes sociais por agasalhos e tênis para realizarem atividades como *rappel*, tirolesa, arborismo e até para construir uma embarcação. Segundo o apresentador, esta tarefa visava “avaliar” habilidades tais como capacidade de planejamento, força e integração durante o desempenho das atividades.

	<p><i>argumentos, provavelmente saiu antes. Vamos encerrar a nossa discussão aqui, perguntando para vocês: Quem eu devo contratar? Eu acho que as respostas vão ser meio óbvias, a não ser que eu me surpreenda muito esta noite. Vamos começar pela Yanne?</i></p>
--	---

Nesse momento 5, o que entendo ter maior relevância são as argumentações de Justus em favor de Bia. Pois, nem mesmo a conselheira do Programa, Viviane, que infringiu as regras de *O Aprendiz*, interrompendo o “todo poderoso” para lembrá-lo das ousadas artimanhas, quem sabe, até das “trapaças” da finalista, conseguiu dissuadir Justus de protegê-la. Disse Viviane para Justus: *Eu senti isso, quando ela foi a responsável pelas meninas terem perdido a tarefa em Foz do Iguaçu. Você disse para a Yanne. Eu não acredito que você não trouxe a Bia!* Nessa mesma direção, Karine, também, afirmou: *As pessoas não tinham coragem de atacar ela, quando ela deixa de trabalhar na tarefa da Pizzaria, na tarefa de Boston. Ela está ‘quase fora’ e ninguém tem coragem de falar e atacar.* Ou seja, as/os outras/os competidoras/es não indicavam Bia para a sala de reunião – “perdoavam suas falhas” – pois temiam sua capacidade de virar o jogo diante Justus e conseqüentemente, serem elas/eles submetidas/os à demissão. Por outro lado, traziam para enfrentá-los aquelas/es adversários que consideravam menos audazes.

Desse modo, nem mesmo um manancial de acusações, que variaram desde a falta de ética, denunciada por Yanne, até o mau-caratismo, denunciado por Marília, ainda no episódio 1, fizeram com que Justus deixasse de sentir-se inebriado pelo estilo de jogo de Bia. Pelo menos, foi o que eu compreendi, ou melhor, surpreendi-me, quando o apresentador respondeu para sua conselheira, no momento 5, acima transcrito: *Se Bia foi tão inteligente, a ponto de convencer alguém de não trazê-la para a sala de reunião hummm*, logo depois de sua fala, sorri suave e ironicamente, como quem admira a capacidade de passar os outros para trás. A expressão irônica do apresentador me interpelou de modo a refletir: seria um/a incompetente quem não fez ou não faz isso? Como em seguida ele mesmo disse, porém em outras palavras: *Ela usou argumentos e se os seus argumentos pegaram... hummmm..., competência dela. Ela está aqui na final de O Aprendiz. Quem não usou argumentos, provavelmente saiu antes. Vamos encerrar a nossa discussão aqui.*

Então, Justus suspendeu, de forma abrupta, as avaliações sobre Bia e solicitou o voto dessas/es seis ex-candidatas/os sobre quem deveria ser a/o contratada/o. Solicitou, também, que antes de votarem, elas/es levassem em consideração o desempenho de Bia e de Anselmo, não somente nessa última tarefa, mas, também, nas demais tarefas realizadas ao longo do Programa.

Momento 6: Justus propõe uma votação entre as/os ex-candidatas/os para escolha da/o finalista

Justus propôs uma votação e cada convidada/o votou na/o sua/seu líder, ou seja, naquela/e finalista que a/o escolhera como ajudante na tarefa final. Assim, Paulinha, Max e Pedro votaram em Bia, enquanto Nakao, Yanne e Karine votaram em Anselmo. Novamente transcrevo alguns diálogos travados nesta situação:

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Quem eu devo contratar? Quem deve ser o grande vencedor de O Aprendiz 3? Vamos começar pela Yanne?</i>
Yanne:	<i>É impossível eu votar na Bia. Eu acredito na ética, eu acredito no respeito, eu acredito nos bons princípios, para mim isso é um exemplo de um bom profissional e o Anselmo tem isso de sobra.</i>
Justus:	<i>Max?</i>
Max:	<i>Do ponto de vista profissional acho que os dois são realmente muito bons.</i>
Justus:	<i>Equivalentes?</i>
Max:	<i>São equivalentes, mas eu acho que o que diferencia um do outro é a inteligência emocional. E nesse quesito a Bia, para mim, é bem superior ao Anselmo. (Neste momento, Yanne e Karine hostilizam fortemente a opinião de Max – as duas disparam muitas e intensas gargalhadas, como se alguém tivesse lhes contado uma piada muito engraçada).</i>
Justus:	<i>Eu acho que vocês deveriam respeitar a opinião dele.</i>
Karine:	<i>Tudo bem, mas eu não concordo.</i>
Justus:	<i>Mas vamos respeitar a opinião do Max. Karine?</i>
Karine:	<i>Bom, o meu voto é para o Anselmo, mas eu quero te avaliar, porque que eu considero que a Bia não é preparada para isso. Nos momentos que ela está liderando e o que trabalho dela tem que aparecer, ela sabe que tem que fazer e acontecer; em momentos em que ela quer que alguém se</i>

	<i>dane na prova, sendo bem sincera, aí ela não faz nada, não tá nem aí, não se mexe, inclusive boicota, nesse ponto, que eu não considero a atitude dela muito ética. Mesmo que, inteligência emocional, gritantemente, ela não tem.</i>
Justus:	<i>Paulinha! E então?</i>
Paulinha:	<i>Eu liderei a Bia e eu não vejo assim, só porque vocês não se batem, entendeu? Eu liderei a Bia e eu não achei nada...</i>
Yanne:	<i>A Bia liderou você.</i>
Justus:	<i>Quando a Paulinha foi a líder, quem liderou foi a Bia? Você acha que a Paulinha não tem personalidade suficiente para se posicionar?</i>
Yanne:	<i>A Paulinha tem muito mais profissional do que a Bia eu diria.</i>
Paulinha:	<i>Eu nunca tive problema com ela [...], mas ela é um trator, se deixar ela passa por cima de você.</i>

Então, foi desse modo que foram sendo produzidas as avaliações nesta etapa da sala de reunião. Ou seja, embora Anselmo também fosse finalista, quem parecia ganhar maior destaque nas discussões empreendidas era a polêmica Bia. Também refiro que, nesse momento, as/os ex-candidatas/os demitidas/os pareciam sentir-se mais “confortáveis” para se posicionarem, principalmente, aqueles que tinham diferenças com a candidata Bia. Talvez, porque já estivessem sido exorcizados do fantasma da demissão, estando agora não mais na posição de julgados, mas, na posição de juizes.

Embora Yanne fosse a rival mais assumida de Bia, desde o início de *O Aprendiz*, Karine encorajou-se e engrossou o coro de Yanne, posicionando-se contra os comportamentos e atitudes assumidos por Bia ao longo da competição. Ela declarou, inclusive, que *nos momentos que ela* (a finalista Bia) *está liderando e o que trabalho dela tem que aparecer, ela sabe que tem que fazer e acontecer. Em momentos que ela quer que alguém se dane na prova, sendo bem sincera, aí ela não faz nada, não tá nem aí, não se mexe, inclusive boicota.*

Por tudo isso, no *episódio final*, Yanne adotou como estratégia aliar-se ao finalista Anselmo, concorrente de sua rival Bia. O finalista, por sua vez, retribuiu o empenho de Yanne, declarando para Justus, que Yanne fora a integrante da equipe que mais contribuíra para o bom desenvolvimento da tarefa final. Conforme analisarei, novamente, no *momento 7*. Yanne mostrou-se uma “fiel escudeira” e declarou seu voto para Anselmo, indicando-o como o candidato ideal para vencer a terceira edição de *O Aprendiz*. E, ao ser novamente

questionada por Justus, ela mais uma vez reiterou sua fidelidade a Anselmo, que representa, também, o seu repúdio a Bia. Disse Yanne: *É impossível eu votar na Bia. Eu acredito na ética, eu acredito no respeito, eu acredito nos bons princípios, para mim isso é um exemplo de um bom profissional e o Anselmo tem isso de sobra.*

Ressalto, novamente, a conveniência da aliança entre Yanne e Anselmo ocorrida no *episódio final*, pois ao que parece Yanne e Anselmo, agruparam-se em torno de um interesse comum, que foi o de reiterar a idéia de que Bia era mau caráter, conforme já apresentei, e assim derrotá-la. Bia, por sua vez, durante a realização da décima quinta e última tarefa, não ficou para trás, tratou de ser “bem boazinha”, não só com as criancinhas da instituição *Pousada da Luz*, mas, principalmente, com as/os ex-candidatas/os que escolheu para assessorá-la. Principalmente, porque as/os ex-candidatas/os Max, Paulinha, Pedro, além de estarem trabalhando para ela, naquela etapa do Programa, já não estavam mais disputando o emprego em Nova Iorque, isto é, não representavam mais uma ameaça.

Novamente inspirada em Bauman (2004), proponho-me a olhar para essas estratégias de agrupamentos, processadas no *episódio final*, levando em conta o que esse autor discute e nomeia como “comunidades de ocasião”. Tais comunidades parecem corresponder as que foram sendo instituídas nos arranjos³⁶ acionados, também, entre as/os outras executivas/os que participaram da terceira edição de *O Aprendiz*. Como destacou Bauman (2004, p.51), as “*comunidades de ocasião*” são auto-construídas

[...] em torno de eventos, ídolos, pânicos ou modas. Mais diversificadas como pontos focais, porém compartilhando a característica de uma curta, e decrescente, expectativa de vida. Elas não duram mais que as emoções que as mantêm no foco das atenções e estimulam a conjunção de interesses – fugaz, mas não por isso menos intensa – a se coligar e aderir ‘à causa’.

Cabe destacar, ainda, que neste Programa as posições adotadas pela maioria das/os participantes foram constantemente *flexíveis*, na medida que essa poderia ser caracterizada como uma postura bastante adequada, eu diria até uma condição “necessária”, para aquela/e que desejasse correr menor risco em *O Aprendiz*, sendo o risco, aliás, uma

³⁶ Com exceção do último episódio, as/os integrantes das equipes eram definidos por Justus. Contudo internamente, em tais equipes eram processados arranjos “espontâneos”, que visavam buscar aliadas/os, por exemplo, para livrar-se de uma indicação da/o líder para ir à *sala de reunião*.

característica bastante peculiar às relações de trabalho nestes tempos em que vivemos. Como Sennett (2001, p.17) afirmou “viver em risco e ambigüidade, é perder a noção de estabilidade, é a vida feita de sucessivos agoras e de recomeços contínuos”.

Então, por tudo o que venho considerando até aqui, torna-se impossível ver *O Aprendiz*, apenas como um “Programa” de entretenimento desinteressado. Nesse *reality show* estão presentes marcadores identitários, tal como os que Sabat (2004) indicou ao examinar as identidades produzidas nos filmes infantis, e que penso ser possível estender a essa dissertação. Tais marcadores instituíram representações e foi desse modo que, em *O Aprendiz*, tanto as/os jovens executivas/os quanto as/os telespectadoras/es foram aprendendo os comportamentos e modos de relacionamento que, no Programa, foram configurados como imprescindíveis para aqueles executivas/os que buscam obstinadamente o sucesso, ou ainda, para aquelas/es que fazem dessa busca um propósito de vida.

Momento 7: Começa uma outra reunião. Apenas Bia e Anselmo, enfrentam Justus, Walter e Viviane.

Após os últimos embates ocorridos entre as/os ex-candidatas/os chamadas/os a colaborar nesta última tarefa com seus antigos adversários – os dois finalistas do Programa –, Justus agradeceu a participação de todas/os elas/eles, dando-lhes *parabéns* e desejando-lhes *boa sorte*. Solicitou, então, que eles/elas se retirassem da *sala de reunião* (cenas posteriores focalizaram esses/as ex-cadidatas/os acompanhando o desfecho do Programa sentados na platéia do Teatro Record).

Terminado este quadro, Justus solicitou que Bia e Anselmo entrassem na *sala de reunião*. Iniciaram-se, então, as últimas *batalhas* entre Bia e Anselmo que, sentados de costas para a platéia confrontaram-se cara a cara com Justus, o conselheiro Walter e a conselheira Viviane, esses sim voltados para o público. Embora, a parede situada às costas de Bia e Anselmo, inicialmente, os isolassem da platéia, no decorrer do Programa, essa foi totalmente removida, em meio a um *show* luz, dando a essa reunião um caráter de *show* e *business* como pode ser visto na figura (figura 42 e 43).



Figura 42: Composição inicial da sala de reunião



Figura 43: Parede móvel que dividia o palco e a platéia começou a ser removida

Novamente, o apresentador iniciou a sessão destacando os critérios que levaria em conta na sua decisão final. Entre esses citou, como exemplo, o histórico dos desempenhos de Bia e de Anselmo ao longo de todos os episódios, assim como seus desempenhos na última tarefa. Porém, logo em seguida, Justus anunciou que o resultado do desempenho de Bia e de Anselmo, relativamente à última tarefa fora considerado equilibrado e que, para desempatar, realizaria, ainda, alguns outros testes. Declarou que seu objetivo era obter mais elementos que o ajudassem a decidir quem seria o/a vencedor/a da competição.

Transcrevo, abaixo, os diálogos travados:

<i>Episódio Final</i>	
Bia e Anselmo:	<i>Boa Noite!</i>
Justus:	<i>Bem-vindos à última sala de reuniões de O Aprendiz 3! Vocês passaram por muita coisa até chegar aqui. Vocês derrotaram, inicialmente, milhares de candidatos para estar entre os dezesseis. Depois, vocês derrotaram outros quatorze competentíssimos candidatos, para sobraem só vocês dois. E, para eu tomar uma decisão correta, como eu já disse antes, eu vou somar todas as atividades que vocês tiveram até hoje, tudo o que vocês fizeram, todos os momentos que vocês passaram até aqui, que me impressionaram melhor ou pior. Nós vamos começar falando da décima quinta tarefa. As situações de vocês dois foram diferentes. Ahhhhhh... Vocês foram sorteados e você pegou o que você queria (olhando para Anselmo) – trabalhar com idosos. (E, depois, olhando para Bia, o apresentador acrescentou) – Você queria trabalhar com crianças. E aí, vocês fizeram um trabalho brilhante, dentro das possibilidades, dentro do tempo... dos treze dias que vocês tiveram para</i>

	<i>trabalhar. Vocês realmente surpreenderam. E você (apontando para Anselmo) teve uma tarefa até, talvez, um pouco pior, porque a situação da entidade com a qual você teve que lidar era absolutamente deplorável, né? Uma entidade que está devendo aluguel atrasado, que em valores corrigidos passava de 50.000,00 (cinquenta mil reais). Problemas sérios que qualquer boa vontade não resolvem. Despejo iminente, vigilância sanitária e uma série de problemas que eu sei que você enfrentou [...].</i>
Anselmo:	<i>O trabalho continua neste momento.</i>
Justus:	<i>Sem dúvida.</i>
Anselmo:	<i>Nós chegamos no lar de idosos e a gente se deparou com uma realidade inicial que eram duas casas, com vinte e sete idosos no total, uma delas na iminência de um despejo, diversos problemas que foram chocantes, inicialmente, e, no decorrer da tarefa, vários outros problemas foram surgindo [...].</i>
Justus fala para Bia:	<i>E, no teu caso, criar coisas maravilhosas que você fez lá como plantar uma árvore em nome de cada criança que mora lá, mobiliar todos os alojamentos de uma forma bacana, linda, que todo mundo já viu (o apresentador refere-se às cenas mostradas no vídeo que indiquei no início deste capítulo), fazer com que essas crianças tivessem uma brinquedoteca, que nunca tiveram, um espaço abandonado virou um espaço de sonhos. Enfim, nós todos ficamos muito, muito emocionados! Então, começo essa sala, fazendo uma coisa que eu nunca fiz antes – eu vou sempre buscar os problemas –, dizendo, parabéns! Independente de quem ganhou, de quem não ganhou, de quem fez um pouquinho a mais..., os dois fizeram muito. Então, falando um pouco deste trabalho: vocês tiveram cenários diferentes como eu já disse, nem por isso, Bia o teu cenário, um pouco menos complexo, pelo que você encontrou lá, não deixa de ser absolutamente difícil, também, porque você teve que buscar recursos, teve que buscar condições para poder fazer o trabalho. O que você tem a me dizer a respeito da sua tarefa, o que você sentiu? Como você vê o trabalho que você fez?</i>
Bia:	<i>Foi a tarefa mais bonita que eu já fiz até hoje. Sem dúvida, agradeço a oportunidade da gente ter feito. Foi uma lição de vida muito importante. Porque a gente está tão acostumado a ver resultado, dinheiro e páaaaa. E, de repente, como que com tão pouco, a gente fez tanto, a gente conseguiu levantar R\$ 58.0000, 00 (cinquenta e oito mil reais) entre móveis, em treze dias.</i>

Começo destacando aqui, as primeiras frases enunciadas por Justus nessa segunda etapa da sala de reunião: *Vocês passaram por muita coisa até chegar aqui. Vocês derrotaram, inicialmente, milhares de candidatos para estar entre os dezesseis. Depois, vocês derrotaram outros quatorze competentíssimos candidatos, para sobrarem só vocês dois.* A partir desse excerto, é oportuno questionar se, nesses milhares de candidatos, referidos por Justus, não haveria executivas/os negras/os, homossexuais, idosos e/ou portadores de necessidades especiais? Refiro que em todas edições que compuseram *O Aprendiz*, esses nunca figuraram entre os/as dezesseis selecionados/as. Seriam os milhares de candidatas/os constituídos apenas por executivas/os do tipo “Bia” e “Anselmo”?

Desse modo, entendo que os critérios utilizados nesta seleção de emprego, parecem estar intimamente relacionados a um conjunto de práticas vigentes na cultura e que foram sendo repetidas e enfatizadas através desse *reality show*. Nesse sentido, vale citar, Silva (2000), quando discute como são produzidas as diferenças: “dividir e classificar, neste caso, também é hierarquizar. Deter o privilégio de classificar significa também deter o privilégio de atribuir diferentes valores aos grupos assim classificados”(p.82). Inspirada nas considerações desse autor, é possível indicar a existência de relações de poder processadas na direção de colocar em destaque certas representações de executivas/os. Ou seja, na medida em que o Programa autoriza/facilita somente a participação de brancos/brancas, no máximo trinta e quatro anos, heterossexuais, além de outros atributos, está enfatizando que os “outra/os” foram *a priori* derrotados, muito antes de *O Aprendiz* começar.

Ainda, analisado as enunciações de Justus refiro que nesse *momento 7* o apresentador, mais uma vez, não poupou elogios à Bia. Quando disse, por exemplo: *E, no teu caso, criar coisas maravilhosas que você fez lá, como plantar uma árvore em nome de cada criança que mora lá, mobiliar todos os alojamentos de uma forma bacana, linda, que todo mundo já viu* (o apresentador refere-se às cenas mostradas no vídeo exibido no decorrer do *episódio final*). Contudo, houve, neste *momento 7*, uma situação um tanto quanto inusitada, pois está foi a única *sala de reunião*, dentre todas que compuseram a terceira edição de *O Aprendiz*, que Justus começou elogiando as/os candidatas/os. Diferentemente de todas as demais reuniões, pois o condutor do Programa sempre preferiu começar e terminar as reuniões por enunciações críticas as/aos candidatas/os. Embora as críticas tenham sido um ingrediente importante desta *sala de reunião* final, pelo menos, no

começo, foi diferente. Enunciou o apresentador para Bia e Anselmo, no início da segunda etapa da reunião: *Então, começo essa sala, fazendo uma coisa que eu nunca fiz antes – eu vou sempre buscar os problemas –, dizendo Parabéns, independente de quem ganhou, de quem não ganhou.*

Então, após os comentários de Justus, Bia e Anselmo foram chamados a relatarem as dificuldades que passaram no decorrer da realização da décima quinta e última tarefa. Bia declarou: *Foi a tarefa mais bonita que eu já fiz até hoje. Sem dúvida, agradeço a oportunidade da gente ter feito.* Nos momentos finais de *O Aprendiz*, Bia optou por acrescentar ao seu modo de falar um tom mais emotivo e humilde, porém, não se esqueceu de fazer menção a sua capacidade de multiplicar, quando o assunto é dinheiro. Disse a finalista: *E, de repente, como que com tão pouco, a gente fez tanto, a gente conseguiu levantar R\$ 58.0000, 00 (cinquenta e oito mil reais).*

Enquanto que Anselmo declarou: *Nós chegamos no lar de idosos e a gente se deparou com uma realidade inicial que eram duas casas, com vinte e sete idosos no total, uma delas na eminência de um despejo, diversos problemas que foram chocantes, inicialmente, e, no decorrer da tarefa, vários outros problemas foram surgindo [...].* Tal finalista utilizou como estratégia, descrever e enumerar os múltiplos problemas que enfrentou durante a realização da tarefa. A partir do que foi veiculado no Programa, a situação do lar de idosos, que ficou sob a responsabilidade de Anselmo, pareceu estar em condições deploráveis. E essas variavam desde um número excessivo de internos, iminência de despejo por aluguel atrasado, paredes feitas de lona e problemas com a vigilância sanitária, inclusive, como foi relatado pelo próprio Justus. Então, após Bia e Anselmo relatarem as dificuldades e alegrias que passaram no decorrer da realização da décima quinta e última tarefa, Justus continuou a proceder a outras considerações relativas a essa tarefa final, que passo a focalizar no *momento 8*.

Momento 8: Tarefa Final Empatada. Justus Propõe uma Nova Avaliação !

No *momento 8*, Justus declarou empatada a tarefa final e propôs novos desafios e avaliações. Declarou o apresentador:

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Eu vou considerar, pelo fato de a gente ter tido um cenário tão complexo, tão mais complexo de você (referindo-se a Anselmo) do que de você (referindo-se a Bia) e ter tido trabalhos, por motivos diferentes, mas muito bons os dois, eu vou considerar está décima quinta tarefa, como uma tarefa em que quem ganhou foram às pessoas que vocês ajudaram [...]. Eu estou terminando de construir um raciocínio. Eu prepararei um pequeno teste para vocês que vai ajudar a eu colocar estes últimos pingos nos “is”... Me ajudem..., nós vamos ver algumas imagens, nesta tela de plasma.</i>

Surgiram, então, na tela de plasma, imagens de animais, fotos de personalidades famosas do mundo dos negócios, além de questões sobre política e religião. É interessante indicar que a primeira imagem apresentada foi, novamente, a da escultura do touro de bronze, que já fora bastante destacada por Justus, ainda no *episódio 1*, como um símbolo do modo de conduzir os negócios na cidade de Nova Iorque. Apresento, abaixo, as transcrições do que foi enunciado por Justus, ao apresentar primeira imagem aos dois concorrentes.

Momento 9: A Prova do touro de bronze *sempre pronto para atacar* (figura 44)

Justus, dando prosseguimento ao Programa, iniciou os primeiros testes:

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Vocês sabem muito bem, que essa é a marca, né, de Wall Street. Esse é um touro que fica lá. Você que morou lá, nove anos, naquela cidade, sabe até, talvez, melhor do que a Bia (quando Justus diz morou lá, ele está se referindo a Anselmo). Isso representa, lá nos Estados Unidos, para o mercado financeiro, o que eles chamam de um mercado “Bullish Bull”. Bull é o touro e Bullish é um “mercado para cima”, eu queria perguntar. O que representa esta escultura na tua cabeça, o quê..., que você enxerga aí (pergunta dirigida a Anselmo)?</i>



Figura 44: A escultura do touro de bronze localizada na Avenida Madison

Anselmo:	<i>Roberto, eu tive a oportunidade de passar várias vezes por esta escultura em Nova Iorque, quando a minha vida tava lá.</i>
Justus:	<i>O que veio na tua cabeça? O que você pensou naquela hora?</i>
Anselmo:	<i>Eu vi desafio, eu vi a força, eu via a vontade de vencer, de atingir os meus objetivos.</i>
Justus:	<i>E você, Bia?</i>
Bia:	<i>Eu vejo força, eu vejo movimento e eu vejo um equilíbrio fantástico, porque é uma imagem muito pesada, a peça é muito pesada, mas ela está de pé, e ela está naquele movimento de querer sair, de querer avançar.</i>

Mais uma vez, Justus invocou, nessa terceira edição de *O Aprendiz*, a tão exaustivamente enfatizada escultura do touro de bronze *sempre pronto para atacar*, reiterando a importância deste símbolo. Pode-se dizer que tal touro pareceu ter sido assumido, também, como um símbolo do Programa, quiçá, um monumento religioso adorado pelo apresentador, que fez questão incluí-lo em sua sabatina final. Desse modo, Anselmo aproveitou para enfatizar a Justus o quão familiarizado estava com a escultura do touro de bronze e proferiu: *Roberto, eu tive a oportunidade de passar várias vezes por esta escultura em Nova Iorque, quando a minha vida tava lá*. O finalista, também disse que, ao aproximar-se do touro: *via a vontade de vencer de atingir os meus (seus) objetivos*. No entanto, Bia parece ter se aproximado mais das considerações enunciadas por Justus, ainda, no *episódio 1*, principalmente, quando a finalista disse, que além de força, *via movimento*

de querer sair, de querer avançar. Nesse caso, *querer avançar* pode ser considerado um sinônimo de *atacar sempre*.

Momento 10: Um Tubarão, um Leão, uma Formiga e uma Raposa

Justus prosseguiu solicitando que seus finalistas comparassem suas atitudes as dos seguintes animais: um tubarão, um leão, uma formiga e uma raposa (figura 45). Justus efetuou tal solicitação, conforme apresento no *momento 10*.

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Tá bom. Agora, nesta tela dividida está a imagem de quatro bichos: um tubarão, um leão, uma raposa e uma formiga. Com qual desses animais você mais se identifica e por quê (a pergunta foi dirigida para Anselmo)?</i>
	
<p>Figura 45: Um tubarão, um leão, uma formiga e um lobo</p>	
Anselmo:	<i>Roberto eu vou ser sincero, e eu (suspira), pode parecer engraçado, mas e eu vou dizer a formiga. Sabe por que? Porque eu acredito que a formiga é um bichinho pequeno, mas que é persistente, que trabalha muito. A minha vida tem sido de muito trabalho, de muita dedicação e de muita persistência e isso é uma das minhas virtudes. Eu acredito que é por isso, que eu me identifico mais com a formiga nesse caso.</i>
Justus:	<i>Bia?</i>

Bia:	<i>Com o leão. Eu me identifico com o leão, o leão cuida, né. Ele cuida dos seus, ele, apesar de não caçar, ele manda a leoa, o que eu já acho horrível, mas assim, né, ele é muito machista.</i>
Justus:	<i>Ele não caça por que é a leoa que vai caçar por ele?!</i>
Bia:	<i>Eu acho que o leão..., ele cuida..., Eu acho que..., ao mesmo tempo que ele está cuidando dele, ele está zelando pela selva.</i>

Justus, mais uma vez, dirigiu-se primeiramente a Anselmo e perguntou: *Com qual desses animais você mais se identifica e por que?* O finalista respondeu, ao questionamento do condutor do Programa, assumindo parecer-se com um formiga, porém, precisou enfatizar que estava sendo sincero. Anunciou Anselmo: *pode parecer engraçado, mas eu vou dizer a formiga. Sabe por quê? Porque eu acredito que a formiga é um bichinho pequeno, mas que é persistente, que trabalha muito.* Bia quando incitada a escolher a figura do animal que melhor a representasse, antes de responder, sorriu empolgadamente e comparou-se a um leão, justificando a sua escolha a partir da identificação que fazia deste animal com atributos, que ela parece ter atribuído a si própria: *eu me identifico com o leão; o leão cuida; ele; manda, ele é muito machista.* Anselmo, aparentemente, foi mais “modesto” e se comparou a uma formiga, destacando que ele se via como dotado de espírito trabalhador e perseverante.

Após os testes que envolviam a apresentação de imagens de animais, seguiram-se outros que envolviam, no entanto, a apresentação de imagens de personalidades internacionais, tais como o líder, indiano, político e religioso Mohandas Karamchand Gandhi, mais conhecido por Mahatma Gandhi; o magnata estadunidense Bill Gates proprietário da internacional Microsoft (segmento de produção software) e o ex-presidente, dos Estados Unidos, Bill Clinton, além de outras personalidades internacionais. Isto é, em sua magnífica tela de plasma não figuram personalidades brasileiras. Entendo que estes últimos “testes”, visavam avaliar (mais) a capacidade dos finalistas em reconhecerem imediatamente ícones *globais*, afinal de contas, para trabalhar na capital do mundo dos negócios, como Justus avisou logo no *episódio 1*, precisava-se de um/a executivo/a com conhecimentos internacionais.

Contudo, o condutor do Programa pareceu ter dado maior importância para os testes que envolviam os animais, pois em alguns *momentos*, como estarei apresentando, ele

passou a referir-se ao Anselmo como uma formiga, isto é, como um inseto. Sem contar o já, exaustivamente invocado touro de bronze. Portanto, entendi ser oportuno no *momento final*, desta dissertação, retomar as analogias que envolvem a *formiga* e o *leão*. Sigo agora apresentando o *momento 11*.

Momento 11: Walter Longo e Viviane Ventura aconselham Justus pela última vez

Após estes testes, Justus solicitou que Bia e Anselmo se retirassem da *sala de reunião* e aguardassem na sala ao lado. Enquanto isso, Justus solicitou a Walter e Viviane que opinassem sobre quem deveria ser contratada/o. Torno a transcrever alguns diálogos.

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Vivi, quem que eu devo contratar?</i>
Viviane:	<i>[...] Ela é uma pessoa, realmente, muito mais agressiva do que o Anselmo, mas, quando eu entrei na Wunderman, eu fui muito agressiva e, eu te confesso, que eu não ganhei nada com isso, pelo contrário, eu tive muitas dificuldades, eu só consegui ganhar alguma coisa lá dentro, a partir do momento que eu fui sênior o suficiente para parar, manter a minha calma e me tornar uma pessoa mais madura. Eu te digo que, sendo mais educado, mais maduro, uma pessoa mais tranqüila como é o Anselmo, eu te digo que ele vai ter muito mais sucesso lá dentro. Eu acho que ele merece ganhar.</i>
Justus:	<i>Tá bom. Walter Longo, que estreou e hoje termina sua participação no Aprendiz 3. Qual a sua opinião?</i>
Walter:	<i>O Roberto, eu acho que, deixa primeiro eu falar o seguinte: eu considero, e tenho isso muito claro para mim, que nós trabalhamos no ramo da idéias. Portanto, eu julgo as pessoas que trabalham comigo no segmento, no setor, pela capacidade que elas têm de ter idéias pertinentes e produtivas [...]. A Bia reúne mais condições técnicas do que o Anselmo.</i>

Justus:	<i>Soma-se a opinião de vocês a opinião do Edson Henriques, que acaba batendo com a opinião do Walter Longo. O Edson acha que na opinião dele a vencedor de O Aprendiz 3, tem que ser a Beatriz e não o Anselmo. Mas, nós vamos aguardar para decidir na próxima fase e mais importante da sala, então vamos enfrentar esse momento difícil porque não tem outra saída.</i>
---------	---

Após Viviane e Walter emitirem seus pareceres sobre Bia e Anselmo, Justus acrescentou a opinião do conselheiro substituto, que estava sentado na platéia, e que preferiu votar em favor de Anselmo, como o seu colega Walter. Acrescento que Viviane geralmente representou, no Programa, o papel de “boa moça”; e sempre que teve oportunidade criticou a ousada Bia, como já referi nos *momentos* anteriores. E, nesse *momento 11*, argumentou na mesma direção, quando declarou: *Ela é uma pessoa, realmente, muito mais agressiva do que o Anselmo, mas, quando eu entrei na Wunderman, eu fui muito agressiva e, eu te confesso, que eu não ganhei nada com isso, pelo contrário, eu tive muitas dificuldades.* Viviane pareceu ter tomado a si própria ou seus (antigos) comportamentos como referência para avaliar a finalista. Portanto, alegou que o comportamento de Bia, destacado por ela como *agressivo* seria um grande empecilho para que ela fosse selecionada. Logo em seguida, ela elencou algumas qualidades de Anselmo *Eu te digo que, sendo mais educado, mais maduro, uma pessoa mais tranqüila como é o Anselmo, eu te digo que ele vai ter muito mais sucesso lá dentro. Eu acho que ele merece ganhar.* Ao contrário de Viviane, seu colega Walter em diversos momentos, deixou claro que não torcia “pelos mocinhos” e nem “pelas mocinhas”.

Ainda que não tivesse tido muitas oportunidades de manifestar-se, sempre que pode, deixou claro que não simpatizava com as/os candidatas/os que faziam o “tipo bom caráter”. Neste momento, destaco, por exemplo, que no *episódio 10*, exibido no dia 5 de setembro de 2006, tal conselheiro disse para Justus que: *o excesso de bom-mocismo de Max às vezes atrapalhava o rendimento da equipe.* No *episódio final*, permaneceu fiel aos seus preceitos, defendendo a contratação de Bia, por quem demonstrou ter “simpatia” e disse: *nós trabalhamos no ramo da idéias. Portanto, eu julgo as pessoas que trabalham comigo no segmento, no setor, pela capacidade que elas têm de ter idéias pertinentes e produtivas [...]. A Bia reúne mais condições técnicas do que o Anselmo.*

Após as declarações de Walter e Viviane, sucedeu um breve intervalo comercial. Justus reaparece, após o intervalo, na *sala de reunião* e solicitou à sua secretária no Programa, Alessandra, que fizesse os dois competidores retornarem para a *sala de reunião*. O apresentador iniciou suas considerações elogiando os dois candidatos, mas acrescentando que, ainda havia muitas coisas que o intrigavam, então, aproveitou, para, mais uma vez, colocar os dois competidores em conflito. Justus expôs aos/às telespectadores/as e às pessoas presentes ao teatro as fraquezas de cada um dos finalistas, conforme pode ser observado nas transcrições organizadas nos *momentos 12, 13 e final*, que serão analisados em seu conjunto, por entender ser mais produtivo para as articulações finais que conduzirei, nesta dissertação. Justus começa acusando Bia de antipatia e convoca a candidata a explicar-se:

Momento 12: Bia Explica-se: tenho gênio forte, mas não sou ruim.

<i>Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Bia, eu senti que você, particularmente, você foi muito acusada, aí não é só pela Yanne, mas de fazer muita cena, de chorar, de fazer careta, de ficar quase que fazendo um certo teatro, nos depoimentos e nas horas em que você podia falar sozinha com a câmera, principalmente. Você acha que isso foi uma tática errada sua e que criou, eu vou ser muito sincero, uma certa antipatia, ou uma grande antipatia por grande parte das pessoas, que eu considero até injusta. Porque existe uma edição e a edição acaba privilegiando um pouquinho as situações de drama e tal, o que é natural, este é um programa de televisão, além de tudo, não deixa de ser um programa de televisão. E esses dramas são que o emocionam o público então a gente realmente mostra estas coisas, mostra todas as coisas que a gente consegue mostrar, mas esses são alguns momentos que acabam enfatizados e que acabam criando uma imagem da pessoa, para todo o Brasil [...]. Eu acho que você, agora, tem uma oportunidade para me esclarecer isto, por que isso é um dos pontos negativos teus que eu gostaria de entender melhor?</i>
Bia:	<i>Eu acho o seguinte – primeiro ter gênio forte não é ter gênio ruim! Eu acho que a grande maioria confunde ter gênio forte com ser ruim e confundem tomar decisões e ser determinada nos momentos que necessitam ter essa determinação, com falta de humanismo. E eu acredito que esse seja o grande erro da maioria. Acredito que a minha equipe foi extremamente positiva. Foi uma equipe muito</i>

	<i>unida, a gente riu muito e construiu, nesta última tarefa, um mundo melhor para estas crianças de uma forma muito tranqüila e de uma forma muito serena e seu fosse desumana, isto não teria acontecido!</i>
--	---

Momento 13: Anselmo diz: a formiga já se adaptou a Nova-Iorque

<i>Momento 13 – Episódio Final</i>	
Justus:	<i>Eu perguntaria para você, Anselmo, na contramão dessa história, você passa aquela coisa da pessoa um pouco mais sem ênfase, a diferença entre vocês dois é, Carlos Drumond de Andrade dizia ‘tristes são as pessoas e coisas que não tem ênfase’. Você se considera uma pessoa sem ênfase e sem essa garra? Sem essa força que tem a Beatriz?</i>
Anselmo:	<i>Roberto, eu acredito que equilíbrio, tranqüilidade, para chegar até onde eu cheguei neste momento, requer muita fibra, muita força de vontade e muita determinação e isso por si só, eu acho que poderia ser colocado na categoria de ênfase na vida, porque ninguém chega a um momento na vida sem ter este tipo de determinação. [...].</i>
Justus:	<i>Eu não vi em O Aprendiz 3?</i>
Anselmo:	<i>Porque não houve necessidade. Porque eu consegui administrar as coisas sem precisar utilizar</i>
Justus:	<i>Você não teve que se impor em nenhum momento?</i>
Anselmo:	<i>Os momentos em que me impus e que eu coloquei o meu pensamento foram vários durante o programa. Mas em nenhum momento eu gerei nenhum tipo de atrito com as pessoas, com exceção da primeira tarefa, e não houve nenhum problema depois disso, porque eu tive a capacidade de me adaptar às situações, a aplicar o que eu aprendia, isso eu acredito que é fundamental. Eu não vou repetir o mesmo erro que eu cometi uma vez! Eu aprendi, corrigi, me adaptei e fiz melhor. Então neste ponto de vista, eu acredito que é isso.</i>
Justus:	<i>Então você acredita que a formiga vai se adaptar bem a Madison Avenue?</i>
Anselmo:	<i>A formiga já se adaptou muito bem a Madison Avenue, já viveu lá por sete anos. Eu sei como é. E eu sei exatamente o que uma situação de agressividade no ambiente de trabalho em Nova Iorque, para um nova-iorquino ele não aceita isso. Ele bate de frente e isso gera um problema dentro da empresa muito grande.</i>

Momento Final: A Formiga Venceu o Leão. Anselmo é O Aprendiz

<i>Momento Final</i>	
Justus:	<i>Muito Bem! Eu já tenho todas as informações, eu tive dois dos meus três conselheiros, e o Edson Henrique que não está nessa mesa votou também [...]. E eu tenho aqui uma situação muito clara, extremamente iguais em termos de profissionais [...] com estilos deferentes, porém bons estilos [...]. Eu tenho uma pessoa polemica, difícil, porém competentíssima. Eu tenho uma pessoa um pouco mais tranqüila, um pouco mais adaptável a situações, mais experiente, um pouco mais sênior, em aspecto de vida, mas não mais sênior profissionalmente, porque a Beatriz tem uma grande experiência. Duas formações acadêmicas fantásticas [...]. Eu acho que eu vou chegar mais longe se eu contratar a pessoa que eu vou contratar (brinca). Anselmo você está contratado! (figura 46)</i>



Figura 46: Anselmo é O Aprendiz

Após a decisão final de Justus, Anselmo imediatamente comemora. Foi assim, então, que após considerar o resultado das últimas perguntas, bem como após ouvir seu conselheiro e sua conselheira, além de um terceiro conselheiro, e Edison Henriques que estava sentado na platéia, e, após fazer bastante suspense, que Justus disparou a tão esperada frase: **Anselmo, você está contratado!** Anselmo comemorou o resultado e abraçou Justus, que retribuiu ao seu cumprimento. Logo após, o apresentador acrescentou: *Esta foi a decisão mais difícil que eu já tomei na vida. Ganhar dessa mulher não foi fácil!* (referindo-se a Bia).

A esse respeito, cabe indicar que embora Anselmo tenha sido escolhido como o vencedor, a finalista Bia também foi contratada e, atualmente, trabalha na área de

planejamento da agência Young & Rubicam³⁷, uma das empresas sob controle do grupo Newcomm, do qual Justus é o presidente. Com essa contratação, Justus cumpriu uma promessa feita na final do *reality show*, ao pé do ouvido de Bia, muito embora tal promessa não tenha sido divulgada oficialmente no *último episódio*. Contudo, como foi possível observar no decorrer das transcrições, a contratação de Bia nunca pareceu uma possibilidade tão remota, considerando que Justus, assim como o seu conselheiro Walter, demonstraram, em diversos momentos, ter muita admiração por esta candidata. Por exemplo, quando Justus disse que: *uma tática errada sua e que criou, eu vou ser muito sincero, uma certa antipatia, ou uma grande antipatia por grande parte das pessoas, que eu considero até injusta. Porque existe uma edição e a edição acaba privilegiando um pouquinho as situações de drama e tal, o que é natural*. Ou seja, o apresentador até admitiu os problemas de relacionamento da candidata (eu diria até de conduta), no entanto, ele também considerou que a imagem “negativa” atribuída à Bia poderia ter sido enfatizada a partir dos recursos de edição, utilizados no Programa, para atrair a atenção das/os telespectadoras/es. Por outro lado, indico que, embora Bia tenha “caído no gosto” de Justus e de seu conselheiro Walter, ela conquistou muito mais desafetos, principalmente, entre as/os outras/os competidoras/es, como demonstrei ao longo deste ATO.

Também, considero importante refletir sobre as estratégias adotadas por Bia para manter-se no Programa, pois tais estratégias pareceram diferir, bastante, das adotadas por sua rival Yanne. Bia pareceu ter encontrado em comportamentos geralmente associados ao masculino, uma possibilidade de permanecer na competição. Destaco que essa finalista sempre utilizou uma impostação de voz bastante grave e firme e que ela se referia as outras executivas como “cara”. Além disso, ela admitiu ter gênio forte e até comparou-se a um leão, especialmente, quando disse: *apesar de não caçar, ele manda a leoa, o que eu já acho horrível, mas assim, né, ele é muito machista(...)Eu acho que..., ao mesmo tempo em que ele está cuidando dele, ele está zelando pela selva*. Bia, também, se envolveu com a pintura das paredes da instituição que administrou na décima quinta tarefa, atividade essa que é frequentemente caracterizada como masculina. Além disso, Paulinha chegou até a comparar Bia a um trator no *episódio final*, isto é, tal analogia nos remete ao entendimento de que a finalista passava por cima de quem estivesse em seu caminho.

³⁷ Informação disponível em: <www.folhaonline.com.br> Acesso em: 6.dez.2006.

Ou seja, em certa medida, Bia pareceu subverter algumas características culturalmente compreendidas como femininas, que foram enfatizadas ao longo do próprio Programa. Entre esses comportamentos estava, por exemplo, o de Paula Abnader, que se emocionou ao ouvir o depoimento da filha pequena (*no episódio 1*); o de Paulina que apareceu chorando, por ter sido derrotada (*no episódio 1*); assim como o de Yanne, que chorou após ter sido reconhecida e elogiada por Anselmo como a integrante que mais se empenhou e contribuiu durante a execução da décima quinta e última tarefa (*no episódio final*).

Nesse sentido, Bia representou uma subversão a tais características. Ouso, até, estender algumas considerações de Sabat (2006) sobre a personagem Mulam para esta questão. Lembro que a heroína Mulam é uma personagem jovem que precisou revestir-se de características entendidas como masculinas para poder integrar-se a um exército e salvar a honra de sua família. Obviamente, os interesses de Bia em *O Aprendiz* eram bem outros, mas, em alguma medida, pode-se dizer que as estratégias adotadas por tal candidata e as adotadas pela jovem Mulam, pareceram confluir na direção de invadir espaços que não lhes são costumeiramente oferecidos. No caso de Mulan, a questão era o resgate que apenas ela poderia fazer da honra de sua família; no caso de Bia, o que está em jogo é a invasão de um espaço de trabalho, que, ainda, continua sendo ocupado, em sua grande maioria, por homens. Neste sentido, Bia e Anselmo parecem contrariar, pelo menos, um pouco, certos entendimentos mais frequentes acerca de características consideradas “próprias” aos/às executivos (homens) e executivas (mulheres).

Além disso, Anselmo parecia ser até mais delicado (feminino) do que Bia, em muitos aspectos como, por exemplo ao elogiar a Yanne no episódio final, promovendo uma situação de emotividade, ou quando optou por se comparar a um animal, isto é, a um inseto, cuja denominação está no feminino- a formiga. Como ele salientou: *pode até ser engraçado, pode parecer engraçado, mas eu me identifico mais com uma formiga*. Anselmo, ao longo dos episódios, contrapôs algumas características indicadas por Justus no *episódio 1*, como necessárias ao seu aprendiz, como, por exemplo, ser agressivo e atacar sempre. Justus chegou a chamá-lo de uma pessoa sem ênfase, quando afirmou (momento final): *Anselmo, na contramão dessa história, você passa aquela coisa da pessoa um pouco mais sem ênfase, a diferença entre vocês dois é, Carlos Drummond de Andrade dizia ‘tristes são as pessoas e coisas que não tem ênfase’*.

Diferentemente de Bia, o vencedor de *O Aprendiz* pareceu ter adotado como estratégia de disputa uma postura mais tranqüila como foi afirmado pelo próprio Justus: *Eu tenho uma pessoa um pouco mais tranqüila, um pouco mais adaptável a situações, mais experiente*, eu acrescentaria mais influente e seguro de suas qualidades, como o próprio Anselmo se auto-definiu: *eu sou uma pessoa equilibrada, mas se tiver que aplicar agressividade no momento certo, da forma correta, eu aplico*.

Nesse sentido, torna-se importante observar que o gaúcho Anselmo já morou em Los Angeles, Estados Unidos da América, e em Nova Iorque. Talvez, por esse motivo, ele tenha afirmado audaciosamente que sabe trabalhar e comportar-se na *capital do mundo dos negócios* e que também, por isso, via-se como o candidato ideal para vencer *O Aprendiz*. Anselmo proferiu, no *momento 13 do episódio final*: *E eu sei exatamente o que uma situação de agressividade no ambiente de trabalho em Nova Iorque, para um novaiorquino ele não aceita isso. Ele bate de frente e isso gera um problema dentro da empresa muito grande*.

Dessa maneira, indico que a partir dos 16 episódios que assisti da terceira edição de *O Aprendiz*, Anselmo parece ter sido também favorecido por razões que vão muito além do fato de ter ele se identificado mais com uma *formiga* do que com um *leão*, como a sua concorrente Bia. Acredito que ser um profissional experiente, e não um aprendiz, em sua “vida real”, tenha ajudado muito ao advogado e empresário de 37 anos, solteiro, pós-graduado em Direito pela Pace University, que vivia em Los Angeles, Estados Unidos da América, a chegar a essa final. Estou dando destaque ao candidato vencedor para marcar que o apresentador parecia ter até um certo respeito pelo requinte e pelo “estilo” de Anselmo, que, em alguma medida, assemelhava-se ao de Justus, pelo menos, no que se refere ao estilo dos ternos, sempre em tons bem escuros, gravatas sóbrias e até o cabelo de ambos era repartido para o mesmo lado (figuras 47 e 48).



Figura 47: Anselmo de terno preto com gravata de listras discretas em diagonal



Figura 48: Justus de terno preto com gravata de listras discretas em diagonal.

Também, o fato de Anselmo viver e ser um empresário da área de licenciamento de marcas, em Los Angeles, pode ter contribuído muito para a sua vitória, pois, dentre todas/os os participantes, era ele o que melhor falava o idioma inglês (segundo avaliação realizada no *episódio 15*), além de se intitular, em muitas oportunidades, como um conhecedor do modo estadunidense de tratar os negócios, como pode observado quando ele afirmou que: *A formiga já se adaptou muito bem a Madison Avenue, já viveu lá por sete anos. Eu sei como é. E eu sei, exatamente, o que uma situação de agressividade no ambiente de trabalho em Nova Iorque para um nova-iorquino, ele não aceita isso. Ele bate de frente e isso gera um problema dentro da empresa muito grande.* Dessa forma, a sua falta de experiência na área do *marketing* não foi um empecilho para que ele conquistasse a vitória, o que entendo ser um importante indicativo de que as avaliações operadas por Justus levaram em consideração critérios subjetivos; ou seja, que foram muito além daqueles critérios pré-estabelecidos nas regras do Programa, para mensurar o desempenho das/os executivas/os nas tarefas solicitadas na terceira edição de *O Aprendiz*. Por outro lado, a escolha de Justus foi extremamente fiel a um dos importantes bordões enunciados pelo apresentador, ao longo do Programa, isto é, tal decisão parece ter reiterado a idéia de que se contentar com pouco é para amadores, e que este seria *um programa para profissionais!*

ATO FINAL

Um dos aspectos que pretendi marcar, acima de tudo, com o estudo que desenvolvi sobre a terceira edição de *O Aprendiz*, nesta dissertação, foi o quanto este *reality show* operou como uma pedagogia cultural, ensinando as qualidades que precisariam adquirir aquelas/es que desejam tornar-se profissionais, especialmente executivas e executivos bem-sucedidas/os.

Retomo, então, consideração feita por Steinberg (2002) sobre as pedagogias culturais para indicar que, embora este Programa não tenha sido organizado tendo como objetivo principal ensinar, é preciso considerar, conforme salientou a mesma autora, que a educação ocorre em diversas instâncias culturais, não se limitando a escola. Disso decorre, então, a importância de se percorrer outros espaços culturais, quando se pretende compreender melhor como se processa na cultura a produção de significados para eventos com os quais lidamos cotidianamente.

Portanto, ocupei-me, centralmente, nessas análises, em dar visibilidade às lições que envolveram modos de lidar com o trabalho, representados, nesse Programa, como um conjunto de ações flexíveis e ambivalentes.

Ao mesmo tempo em que o condutor do *reality show*, Roberto Justus, determinava as regras a serem cumpridas pelas/os candidatas/os ao emprego em Nova Iorque, ele também, constantemente, advertia: *eu posso mudar isso a qualquer momento*, sendo, então, a incerteza, bem como a autoridade incontestável do chefe, aspectos invocados em todos os episódios. Além disso, no que diz respeito à realização e às regras das tarefas, que eram sempre uma “surpresa” a cada episódio, não havia possibilidade de projeções futuras a serem feitas pelas/os candidatas/os.

Dessa forma, as/os participantes estavam sempre à mercê de uma decisão que poderia ser tomada repentinamente e, ao mesmo tempo, estavam sempre sob a ameaça de

serem dispensadas/os. E essa situação se repetia, também, nos diferentes agrupamentos aos quais as/os participantes precisavam se adaptar em função dos interesses mobilizados pela tarefa. Ou seja, os vínculos entre elas/es advinham, apenas, da necessidade de concretização de um objetivo “comum” como, por exemplo, o de conseguir avançar mais uma etapa na competição. Como Bauman (2004) destacou, ao tecer considerações sobre a vulnerabilidade das parcerias atuais, “uma inédita fluidez, fragilidade e transitoriedade em construção[...] afetam, particularmente, e talvez de modo seminal, o emprego e as relações profissionais (p.113).

Aliás, tal lógica organizativa – competir em conjunto por um objetivo individual – ficou marcada já no *episódio 1*, quando Justus declarou: *E isso é muito importante para vocês, para vocês entenderem que quem está do seu lado amanhã, vai ser seu inimigo aqui mesmo dentro da nossa seleção*. Sendo assim, a capacidade de saber conviver com as incertezas, admitir viver em risco constante e ter flexibilidade foram as principais lições para aquela/es que desejassem ser aprendizes de Justus. Sem contar, a maior das lições: nunca se contentar com pouco, *pois se contentar com pouco é para amadores*.

Nessas situações, marcou-se a flexibilidade como uma postura bastante adequada, eu diria, até como uma condição “necessária” para aquela/e que desejasse correr menor risco em *O Aprendiz*, sendo o risco, aliás, uma característica bastante peculiar às relações de trabalho deste tempo em que vivemos. Como Sennett (2001) afirmou, “viver em risco e ambigüidade, é perder a noção de estabilidade, é a vida feita de sucessivos agoras e de recomeços contínuos” (p.17).

Outro aspecto bastante destacado no Programa, relacionou-se à freqüente exaltação da escultura do touro de bronze que está na Avenida Madison, para representar qualidades esperadas em homens/mulheres de negócios bem-sucedidas/os. E essas me parecem alinhar-se a algumas lógicas e propósitos neoliberais; entre essas, está a determinação de atacar sempre, que pode ser associada à busca constante de gerar lucros, enfatizadas, especialmente, nos momentos dedicados à avaliação na maioria das tarefas, que implicavam considerar a equipe que obtivera os resultados mais significativos.

Contudo, destaco que não pretendi, nessas considerações finais, tratar as/os jovens executivas/os que participaram desse Programa como vítimas da autoridade (quase sempre) incontestável de Roberto Justus, invocada em todos os episódios, do alto da sua imponente

cadeira, na sala de reunião. Pois, afinal de contas, essas/esses jovens executivas/os, também tinham interesses no jogo, sendo o maior deles trabalhar em uma das maiores agências de marketing direto do mundo. No que diz respeito a esse conjunto de jovens executivas/os, selecionados para entrar em cena *O Aprendiz*, cabe enfatizar que todas/os eram jovens brancas/os, que assumiam posturas heterossexuais, cultivavam a elegância e o bom gosto no trajar e apresentavam-se como audaciosas/os, perspicazes, competitivas/os, ambiciosas/os para enumerar, apenas, alguns dos atributos que foram sendo destacados ao longo do Programa

Enfim, *O Aprendiz* ensinou aos participantes e ao público, a partir das formas como configurou seus *16 episódios* e dos sujeitos que escolheu colocar em cena, modos de lidar e de viver no mundo empresarial que apresentavam os prazeres e o glamour que o dinheiro poderia proporcionar aquela/e que soubesse melhor competir e, conseqüentemente vencer a competição.

Além disso, pretendi marcar, nesta dissertação, com o estudo que desenvolvi sobre a terceira edição de *O Aprendiz*, o quanto este *reality show*, embora sendo uma produção televisiva bastante recente, foi organizado e tramado tomando como referência outras práticas culturais, nem sempre originais e tampouco recentes. Em muitos momentos, as representações veiculadas nesse Programa pareceram atualizar certos discursos, tantas vezes vistos como hegemônicos. Entre esses estão os que envolviam antigos preceitos sobre a ocorrência natural de rivalidade entre homens e mulheres, privilegiada, especialmente pelos recursos de edição, de modo a configurar uma política de contrastes entre esses grupos. Justus, interessadamente, também privilegiou a utilização de uma linguagem predominantemente masculina, mesmo para se referir às mulheres.

Por tudo isso, ao concluir este estudo, quero destacar, mais uma vez, que a direção que escolhi para analisar *O Aprendiz*, não é certamente a única a ser considerada e que, também, não tive a pretensão de esgotar ou problematizar todos os significados (re)produzidos neste Programa. Essa foi uma das direções possíveis de conduzir uma análise cultural. Considero interessante, ainda, tomar de empréstimo, para finalizar este estudo, questões levantadas por Costa (2002, p.81):

Se assim as coisas são, perguntarão meus interlocutores, de que servem os alertas apresentados em uma análise como esta? Onde está o inimigo? Quem é ele? Que se pode fazer contra ele? Em face a isto eu responderia que não se trata de descobrir o inimigo, mas de decifrar o enigma da lógica que aciona suas forças. Se decifrarmos a lógica, podemos romper a ordem e desarmar o aparato que a sustenta. Novas lógicas surgirão, certamente, e nossa tarefa de decifradores desafia-nos a cada dia.

Enfim, pretendi ao considerar a importância de estudar as representações e os discursos que circulam na televisão, que as histórias contadas no espaço televisivo têm-se tornado cada vez mais multifacetadas e importantes artefatos instituidores de “novos” modos de ser e de estar na contemporaneidade. Como Sarlo (2000) indicou milhões de pessoas assistindo televisão na mesma cidade ou no mesmo país, geram muito mais do que pontos de audiência; gera-se, “sem dúvida, um sistema retórico cujas figuras passam para o discurso cotidiano: se a televisão fala como nós, nós também falamos como a televisão” (p.80).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARENDT, Hannah. *A Condição Humana*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 9. ed. 1999.

BAUMAN, Zygmunt. *Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. A Busca da Ordem. In: *Modernidade e Ambivalência*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1999a.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 1999b.

BAUMAN, Zygmunt. *A Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001.

BURBULES, Nicholas C.; TORRES, Carlos Alberto (Orgs.) *Globalização e Educação: uma introdução*. In: BURBULES, Nicholas C.; TORRES, Carlos Alberto (Orgs.) *Globalização e Educação: perspectivas críticas*. Trad. Ronaldo Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2004.

COHEN, Allan R. *MBA: curso prático de Administração*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CONNEL, Robert W. Políticas de masculinidade. *Educação & Realidade*, Porto Alegre: v. 20, n.2, jul.-dez. 1995, p.185-206.

COSTA, Marisa Vorraber (Org.). *Caminhos Investigativos II: Outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação*. Rio de Janeiro: DP& A, 2002.

COSTA, Marisa Vorraber. *Caminhos Investigativos*, novos olhares para a pesquisa em educação. 2. ed. Rio de Janeiro: DP& A, 2002.

COSTA, Marisa Vorraber; BUJES, Maria Isabel (Orgs.). *Caminhos Investigativos III: riscos e possibilidades de pesquisar nas fronteiras*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

COSTA, Marisa Vorraber; CAMOZZATO, Viviane Castro. O Magistério nas Novelas da TV. In: COSTA, Marisa Vorraber (Org.). *O Magistério na Política Cultural*. 2006.

COSTA, Marisa Vorraber. Ensinando a Dividir o Mundo: as perversas lições de um programa de televisão. *Revista Brasileira de Educação*. n. 20. maio/jun./jul. 2002.

COSTA, Marisa Vorraber. *Estudos Culturais em Educação: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.

COSTA, Marisa Vorraber. Velhos temas, novos problemas: a arte de perguntar em tempos pós-modernos. In: COSTA, Marisa Vorraber e BUJES, Maria Isabel (Orgs.). *Caminhos Investigativos III: riscos e possibilidades de pesquisar nas fronteiras*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

DEBORD, Guy. *A Sociedade do Espetáculo*. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DU GAY, Paul; HALL, Stuart; Janes, Linda; MACKAY, Hugh; NEGUS, Keith. *Doing cultural studies: the story of the Sony Walkman*. Londres: Sage/The Open University, 1997.

ELLSWORFTH, Elisabeth. Modos de Endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; *Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001, p.7-76.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. O Estatuto Pedagógico da Mídia: questões de análise. *Educação & Realidade*. V. 22(2). 1997. p. 59-80.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Problematizações sobre o exercício de ver: mídia e pesquisa em educação*. Disponível em: <www.anped.org.br/rbe20/anped-20-06.pdf> Acesso em: 12 ago. 2006.

GIROUX, Henry. Memória e pedagogia no mundo maravilhoso da Disney. In: SILVA Tomaz Tadeu da. (Org.). *Alienígenas na Sala de aula: uma introdução aos estudos culturais em educação*. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes, 1995.

HALL, Stuart. A Centralidade da Cultura: notas sobre as revoluções culturais de nosso tempo. *Educação & Realidade*. V. 22(2). 1997a. p. 15-46.

HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HALL, Stuart. *Representation, Cultural Representation and Signifying Practices*. 5. ed. London/Thousand Oaks/ New Delhi: Sage, 1997 b.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 5. ed. São Paulo: Loyola, 1992.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. São Paulo: Edusc, 2001.

KLEIN, Naomi. Sem Logo: *A Tirania das Marcas em um Planeta Vendido*. 2. ed. Trad. Ryta Vinagre. Rio de Janeiro: Record, 2002, p.153-166.

LARROSA, Jorge. Tecnologias do Eu e Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. *O Sujeito da Educação: estudos foucaultianos*. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 35-86.

LYOTARD, Jean-François. *A Condição Pós-Moderna*. 2. ed. Trad. José Navarro. Lisboa: Gradativa Publicações, 1989.

MEYER, Dagmar Estermann. Escola, Currículo e Produção de Diferenças e Desigualdades de Gênero. *Cadernos temáticos: gênero, memória e docência*. Porto Alegre: Prefeitura Municipal de Porto Alegre, Secretaria Municipal de Porto Alegre, 2001. p. 29-34.

MEYER, Dagmar Estermann. Gênero e educação: teoria e política. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). *Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 9-27.

MORROW, Raymond; TORRES, Carlos Alberto. Estado, Globalização e Políticas Educacionais. In: BURBULES, Nicholas C.; TORRES, Carlos Alberto (Orgs.) *Globalização e Educação: perspectivas críticas*. Trad. Ronaldo Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2004.

NELSON, Cary; TREICHLER, Paula e GROSSBERG, Lawrence. Estudos Culturais: uma introdução. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.) *Alienígenas na Sala de Aula: uma introdução aos Estudos Culturais*. Trad. de Tomaz Tadeu da Silva. Petrópolis: Vozes, 1995.

PETERS, Michael. Governamentabilidade Neoliberal e Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. *O Sujeito da Educação: estudos foucaultianos*. 4 ed. Petrópolis: Vozes, 2000, p. 211-224.

ROCHA, Cristiane Maria Famer. *A Escola na Mídia: nada fora do controle*. Porto Alegre: UFRGS. 2005. (Tese de Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação.

SABAT, Ruth Ramos. *Infância e Gênero: o que se aprende nos filmes infantis?* Disponível em: <<http://www.ced.ufsc.br/~nee0a6/truthsa.pdf>>, Acesso em: 12 ago. 2006.

SABAT, Ruth Ramos. *Só as bem Quietinhas vão Casar*. In: MEYER, Dagmas & SOARES, Rosângela (Org.) *Corpo, Gênero e Sexualidade*. Porto Alegre: Mediação, 2004.

SARLO, Beatriz. *Cenas da Vida Pós-Moderna: intelectuais, arte e vídeo-cultura*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2000.

SENNETT, Richard. *A Corrosão do Caráter: conseqüências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Lisboa: Terramar, 2001.

SILVA, Tomaz Tadeu da. O Adeus às Metanarrativas Educacionais. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *O Sujeito da Educação: estudos focaultianos*. Petrópolis: Vozes, 2000

SILVA, Tomaz Tadeu da. A Produção Social da Identidade e da Diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da. *Documentos de Identidade: uma introdução às teorias do currículo*. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

SILVA, Tomaz Tadeu da. O Projeto Educacional Moderno: identidade terminal? In: VEIGA-NETO, Alfredo (Org). *Crítica Pós-estruturalista e Educação*. Porto Alegre: Sulina, 1995, p.245-260.

SILVA, Tomaz Tadeu da. Pedagogia e Auto-ajuda: o que a auto-estima tem a haver com o poder. In: SCHMIDT, Saraí (Org). *Educação em Tempos de Globalização*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

SILVEIRA, Rosa Maria Hessel; SANTOS, Cláudia Amaral dos. Gênero e Diferença em Textos Escolares Infantis. In: CARVALHO, Marie Jane; ROCHA, Cristianne Maria Famer (Orgs.). *Produzindo Gênero*. Porto Alegre: Sulina, 2004, p.267-278.

SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. *Leitores/as e Leitura no Brilhante e Risonho Mundo da Caras*. Disponível em:< <http://www.ufrgs.br/neccso/downloadtextos.html>>. Acesso em: 10 ago. 2006.

STEINBERG, Shirley. Kindercultura: a Construção da Infância pelas Grandes Corporações. In: SILVA, Luiz H. (Org.). *Identidade Social e a Construção do Conhecimento*. Porto Alegre: PMPA/SMED, 2002.

VEIGA-NETO, Alfredo. A Didática e as Experiências de Sala de Aula: uma visão pós-estruturalista. *Educação & Realidade*. Porto Alegre: UFRGS/FACED, v. 21(2), p.161-175, jul./dez. 1996.

VEIGA-NETO, Alfredo. Cultura, Culturas e Educação. *Revista Brasileira de Educação*. v 23 maio/ago. 2003. p. 5-15.

VEIGA-NETO, Alfredo. Michel Foucault e Educação: há algo de novo sob o sol? In: VEIGA-NETO, Alfredo (Org). *Crítica Pós-estruturalista e Educação*. Porto Alegre: Sulina, 1995.

VEIGA-NETO, Alfredo. Educação e Governamentabilidade Neoliberal: novos dispositivos, novas subjetividades. In: PORTOCARRERO, Vera; BRANCO; Guilherme Castelo (Orgs.). *Retratos de Foucault*. Rio de Janeiro: Nau, 2000b. p. 179-217.

VEIGA-NETO, Alfredo. Olhares... In: COSTA, Marisa Vorraber (Org). *Caminhos Investigativos: novos olhares na pesquisa em educação*. 2 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

WALKERDINE, Valerie. O Raciocínio em Tempos Pós-modernos. *Educação & Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez. 1995, p. 207-226.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e Diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.) *Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.

WORTMANN, Maria Lúcia. Análises Culturais: um modo de lidar com as histórias que interessam à educação. In: COSTA, Marisa Vorraber (Org.). *Caminhos Investigativos II: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

Referências consultadas

ANDRADE, Sérgio Augusto; JUSTUS, Roberto. *Construindo uma vida: trajetória profissional, negócios e O Aprendiz*. São Paulo: Larousse, 2006.

CARAS. *Boda de Roberto Justus e Ticiane Pinheiro*. São Paulo: Abril, n. 655, mai. 2006.

FOLHA DE SÃO PAULO. *Justus escolhe sócio a partir de hoje em 'Aprendiz'*. São Paulo: 3 de maio de 2007, Ilustrada, p. E3.

ISTOÉ DINHEIRO. *Vidas Paralelas: algumas semelhanças e diferenças entre eles, além das aparências*. São Paulo: ago 2004, Estilo: dinheiro, p. 86-87.

MELHOR – GESTÃO DE PESSOAS. *Seleção desafios e videoteipe: como são as práticas de gestão de pessoas adotadas no programa de TV comandado por Roberto Justus*. São Paulo: Segmento, n.214, set. 2005, Capa, p.42-49.

VEJA. São Paulo: Abril, n. jan. 2003, p.9-13.

VEJA. *Realidade por todos os lados*. São Paulo: Abril, n. 2012, 13 jun. 2007, Televisão, p.130-131.

ANEXOS

Anexo A: As/Os candidatas/os de O Aprendiz

Candidato	Nome	Idade	Demissão	Atividade Profissional	Formação Acadêmica
 Anselmo, 37 anos	Anselmo Martini	37 anos	contratado	Advogado e Empresário	Pós-graduação em Direito
 Márcia Beatriz, 32 anos	Márcia Beatriz de Queiroz (BIA)	32 anos	episódio 16	Empresária de <i>Branding</i> em Moda	Mestrado em Marketing Internacional
 Karine, 29 anos	Karine Bidart	29 anos	episódio 15	Consultora de Planejamento Estratégico	Curso de Especialização em Gestão do Terceiro Setor
 Yanne, 27 anos	Yanne Castro	27 anos	episódio 14	Supervisora de Comércio Exterior	MBA em Negócios Internacionais e Gestão em Comércio Exterior
 Paula Ramos, 31 anos	Paula Ramos	31 anos	episódio 12	Coordenadora de Marketing	MBA em Gestão de Negócios
 Carlos, 33 anos	Carlos Nakao (NAKAO)	33 anos	episódio 11	Consultor Financeiro	Mestrado em Economia
 Maximiliano, 28 anos	Maximiliano Carvalho	28 anos	episódio 10	Advogado	Pós-graduação em Direito Tributário
 Pedro, 25 anos	Pedro Hans	25 anos	episódio 9	Consultor de Marketing	Pós-Graduação em Administração
 Leticia, 32 anos	Leticia Rechden	32 anos	episódio 8	Empresária do ramo de Agribusiness	Pós-graduação em Gestão Empresarial
 Luís Eduardo, 32 anos	Luís Eduardo da Rosa Borges	31 anos	episódio 7	Gerente de Posicionamento de Mercado	Pós-graduação em Administração com ênfase em marketing
 Peter Collins, 31 anos	Peter Collins	31 anos	demitiu-se no episódio 6	Corretor de Financeiro	Graduação em Economia e em Administração
 Carolina, 26 anos	Carolina Carlassara (CAROL)	27 anos	episódio 5	Diretora de Relações Internacionais	Graduação em Comércio Exterior
 Annibal, 30 anos	Annibal Camara Sodero	31 anos	episódio 4	Consultor Empresarial e Professor de Logística	Mestrado em Administração da Logística
 Paula Abnader, 30 anos	Paula Abnader	30 anos	episódio 3	Analista de Ouvidoria	MBA em Gestão Empresarial
 Demitido Fabrício, 28 anos	Fabrício Lopez	29 anos	episódio 2	Comprador sênior	MBA executivo em Administração
 Demitida Marília Dantas, 24 anos	Marília Dantas	25 anos	episódio 1	Analista Financeira de Vendas	Pós-graduação em Finanças

Anexo B: Síntese das Tarefas de *O Aprendiz*

Síntese das Tarefa Solicitadas às/aos Candidatas/os	Episódio	Equipe Vitoriosa	Premiação
Criação de algum negócio lucrativo a partir de um trailer vazio. Tal trailer deveria ser estacionado em locais pré-estabelecidos pelo programa e partir dele levantar a maior arrecadação de dinheiro possível.	<i>Episódio 1</i>	<i>Alliance</i>	Viagem ao Guarujá (SP), jantar com Roberto Justus e um passeio de iate.
Organização, produção e realização de uma convenção para a apresentação de uma prancha de moldar cachos de cabelos da empresa Taiff/SP.	<i>Episódio 2</i>	<i>Águia</i>	Uma viagem de três dias para a Bahia (BR).
Participação em atividades esportivas chamadas TEAL (Treinamento Experencial ao Ar Livre).	<i>Episódio 3</i>	<i>Alliance</i>	Visita ao Iguazú Grand Hotel Resort & Casino, na Argentina.
Conseguir o menor preço na compra de 10 itens diferentes, entre eles: uma sessão de yoga, 2kg de nectarina, 1,5 m de seda importada e 1 prancha de <i>surf</i> e outros.	<i>Episódio 4</i>	<i>Águia</i>	Viagem à Angra dos Reis (RJ).
Apreensão de solução para problemas de saneamento, aos prefeitos das cidades São Roque (SP) e Ibiúna (SP).	<i>Episódio 5</i>	<i>Águia</i>	Um convite para o São Paulo Fashion Week e uma viagem para cidade de Gramado (RS).
Participação de um <i>quizz</i> de perguntas e respostas acerca de diversos temas, como história, política, esporte e cultura, entre outros.	<i>Episódio 6</i>	<i>Águia</i>	Jantar com o Roberto Justus e familiares (SP)
Elaboração de um <i>business plan</i> (plano de negócios) para a viabilidade estratégica e logística de uma agência de publicidade sediada em Boston (EUA).	<i>Episódio 7</i>	<i>Alliance</i>	Visita à Fox Studios, em Los Angeles (EUA).
Desenvolvimento de um <i>banner</i> gigante para divulgar um serviço de convergência digital da operadora de telefonia Claro.	<i>Episódio 8</i>	<i>Alliance</i>	Viagem ao Uruguai.
Criação de uma campanha de marketing viral para lançamento do canal de música “Sonora” do portal do Terra.	<i>Episódio 9</i>	<i>Alliance</i>	Visita à unidade da Rede Record no Rio de Janeiro (RJ).
Elaboração de uma ação promocional para alavancar as vendas do produto Activia, da Danone, em dois supermercados de São Paulo.	<i>Episódio 10</i>	<i>Águia</i>	Hospedagem em uma pousada de Itatiba (SP)
Desenvolvimento de uma campanha de <i>endomarketing</i> (<i>marketing interno</i>) para divulgar o lançamento de uma nova versão do veículo Idea Adventure, produzido pela montadora Fiat.	<i>Episódio 11</i>	<i>Águia</i>	Viagem à Lisboa e a outras cidades turísticas de Portugal.
Administração de uma unidade da rede de pizzeria Speranza (SP) por uma noite, incluindo desde compra de material, contratação de pessoal para fazer as pizzas até servir as/os clientes.	<i>Episódio 12</i>	<i>Águia</i>	Crédito de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) para de compra de roupas.
Não houve solicitação de tarefas, apenas reapresentação (síntese) do que aconteceu nos episódios anteriores.	<i>Episódio 13</i>	—	—
Pintura de uma sala e de objetos, utilizando as tintas da marca Lukscolor. Atividade visava avaliar a criatividade das/dos candidatas/os	<i>Episódio 14</i>	<i>Alliance</i>	Viagem para Fortaleza (CA)
Bia e Anselmo são incumbidos de captarem recursos para reformar e <i>transformar</i> a vida das pessoas do lar de crianças <i>Casa do Cristo Redentor</i> que ficara sob a responsabilidade de Bia e da <i>Pousada da Luz Divina</i> , lar de idosos que ficara sob a responsabilidade de Anselmo	<i>Episódio 15</i>	Bia e Anselmo são os finalistas	Um jantar especial no Hilton
Justus fez perguntas e aplicou seus últimos testes mostrando figura de animais e personalidades internacionais.	<i>Episódio 16</i>	Anselmo	O emprego na Wunderman (EUA)

Anexo C: Reportagem de capa da revista *Melhor – Gestão de Pessoas*

→ CAPA

Por Gustavo Acioli

Seleção, desafios e videoteipe

Como são as práticas de gestão de pessoas adotadas no programa de TV comandado por Roberto Justus

→ Um programa que tem como base o dia-a-dia corporativo, apresentando conceitos de gestão, provou que o RH dá Ibope. A final de *O Aprendiz*, da Rede Record, superou, em audiência, a quase imbatível Rede Globo. Durante mais de 40 minutos, exatamente das 23h45 às 0h24, a atração marcou 19 pontos contra os 13 alcançados pelo *Jornal do Globo*. Nos primeiros minutos do dia 19 de agosto, os telespectadores conheceram o vencedor da segunda edição do programa. O administrador de empresas Fábio de Oliveira Porcel, 27 anos, de São Paulo, venceu o reality show, dando início a uma nova etapa de vida. Ele vai ocupar um cargo na Dez Brasil, agência de publicidade que faz parte do Grupo NewComm, conglomerado que faturou 600 milhões

de reais em 2004 e tem como presidente o publicitário Roberto Justus, também apresentador do programa. O salário de Porcel será de 250 mil reais por ano e seu contrato terá validade por 12 meses. Justus acredita que um dos méritos alcançados foi provar que “tudo é possível, inclusive mostrar que uma pessoa que nunca fez televisão pode ser líder de audiência e conseguir tanta identificação com o público”, disse em entrevista a MELHOR.

A fórmula da atração é norte-americana. Lá, o reality show é comandado pelo bilionário Donald Trump. O prêmio, assim como na versão brasileira, é uma vaga de emprego, nesse caso, em umas das empresas de Trump. Os candidatos são instigados a participar pela possibilidade de desenvolvimento pro-

fissional e não pelo fato de se tornarem celebridades, como ocorre em atrações semelhantes.

↳ Em termos práticos, *O Aprendiz* é uma grande oportunidade para que os candidatos impulsionem suas carreiras. Durante os episódios, eles são testados em provas que simulam desafios da vida corporativa como capacidade de liderança, administração de conflitos, controle emocional, planejamento estratégico e poder de negociação, só para citar alguns. A cada capítulo, dois líderes comandam duas equipes, que competem entre si. Do grupo que não atinge o resultado esperado na prova, o líder indica dois candidatos e, os três, seguem para uma reunião com Justus. Nesse momento, eles são avaliados e, após uma análise do desempenho nas provas, um participante escuta o bordão:



Justus, da NewComm
e apresentador:
identificação com o público

“Você está demitido.” Cada etapa seguia essa lógica, até se chegar ao número de dois finalistas.

Ao todo, na primeira versão, cerca de 16 mil profissionais se inscreveram para disputar uma das 16 vagas. Na segunda edição, o número de inscritos superou os 55 mil candidatos. Diante de tantos inscritos e poucas vagas, o programa corria o risco de naufragar logo em sua primeira edição, caso não se fizesse um processo de seleção eficiente. Por isso, uma das exigências feitas por Justus foi indicar uma equipe de sua confiança para selecionar os possíveis aprendizes. No primeiro programa, quem coordenou e criou o processo de pré-seleção foi Isabel Arias, diretora de RH do Grupo NewComm, em seguida convidada para também ser conselheira de *O Aprendiz*.

Para escolher os participantes foi preciso criar uma fórmula que estabelecesse critérios que identificassem quem realmente se encaixaria aos objetivos. Segundo Isabel, para a pré-seleção foi elaborado um questionário on-line, disponibilizado no site da Record, que possuía alguns filtros que eliminavam automaticamente candidatos fora do perfil.

Bastidores e RH

“Optamos por selecionar aqueles com até 40 anos de idade, que falassem mais de uma língua e que possuísem cursos de graduação ou pós-graduação”, diz a diretora de RH. Dos 16 mil candidatos, cerca de 11 mil foram excluídos já nessa etapa. Cerca de 5 mil passaram para a segunda fase. Ainda assim, caso um participante quarentão apresentasse

um perfil interessante, ele não era descartado de cara. Tanto que, na segunda edição, a empresária Denize Markman, de 43 anos, participou do programa. Depois da primeira eliminação, a equipe de Isabel fez um primeiro contato, por telefone, com os cerca de 5 mil candidatos. Em posse de um questionário padrão, os entrevistadores pediam que os candidatos contassem um pouco de sua história de vida. Eram feitas, por exemplo, questões sobre experiências passadas, momentos marcantes e até sobre o que ele, candidato, poderia ensinar ao Roberto Justus. “A Vivianne [vencedora do primeiro *O Aprendiz*] disse que ensinaria o Roberto a dançar tango, pois o considerava muito travado, duro”, lembra Isabel. “Em se tratando de um programa, nós não poderíamos sele-

cionar pessoas sem conteúdo e que não se encaixassem num determinado modelo que não funcionasse para a televisão”, fala. Ao fim da etapa das entrevistas por telefone, uma outra parte era descartada. A equipe também pedia aos candidatos que enviassem fotos pessoais. “Algumas mandaram fotos de biquíni; outros, enviaram fotos sem camisa. Nós não estávamos procurando modelos, mas um executivo”, destaca Isabel.

Depois dessa fase, cerca de 40 selecionados eram convidados a comparecer a um hotel para participar da etapa de dinâmicas de grupo. Um por um, cada candidato se apresentava da forma que desejasse, respeitando apenas a exigência de que o tempo não ultrapassasse 45 segundos. “Estabelecemos esse critério porque nossos patrocinadores têm, em média, 30 segundos para fazer suas propagandas”, diz Isabel. “Nesse momento, avaliávamos a capacidade de surpreender, a criatividade e o conteúdo deles”, completa.

Os participantes dessa etapa rece-



Foto: Anomio Larghi

Isabel, da NewComm: importância do líder

tavam a própria Isabel numa entrevista individual, em que também eram avaliados por equipes de psicólogos.

Nessa etapa, o jogo era aberto. Todas as dúvidas sobre o programa eram esclarecidas. “Eu lembro de um jovem executivo que ganhava cerca de 12 mil reais por mês. Ele era muito bom, acredito que ele teria grandes chances de fazer uma excelente participação no programa, mas ele não quis abrir mão do seu emprego”, lamenta.

Depois dessa bateria de testes, entrevistas e dinâmicas individuais e em grupo, a equipe de Isabel chegou ao número de 30 pessoas com condições de participar do programa. Mas o processo ainda não havia terminado. Um outro critério de seleção foi o teste de vídeo com os candidatos, dessa vez, realizado já pela Record. Seis participantes não passaram. Os 24 restantes tiveram seus perfis, videoteipes, fotos e re-

biam um telefone celular e, depois de mais ou menos uma hora do término das apresentações, ligavam para a produção para saber se estavam aprovados. “Num grupo muito bom, no máximo dez pessoas eram chamadas a retornar para mais uma bateria de testes e dinâmicas em grupos de dez candidatos”, comenta a diretora. Após esse momento é que dois ou três tinham a chance de avançar um pouco mais na maratona de testes. Eles agora enfren-

Ela foi demitida, mas se deu bem



Elise: trabalho ao lado da conselheira Isabel

A goiana Elise Borges participou da primeira edição do programa, sendo “demitida” na oitava etapa. Mas, contrariando as regras do jogo, conseguiu uma vaga numa das empresas de Roberto Justus. Seu desempenho agradou e ela foi convidada a integrar a equipe de funcionários do Grupo NewComm. Após convite feito pelo próprio Justus, Elise foi contratada, em fevereiro deste ano, como analista de RH e agora trabalha ao lado de Isabel Arias, a diretora de RH do grupo.

Para Elise, a participação no programa foi como um curso de MBA in-

tensivo. “A gente aprende em todo o momento, seja nas provas, nas conversas, ou até mesmo por osmose”, diz. Ela acredita que saiu do programa como uma profissional “100% melhor”. “O programa me fez pôr em prática tudo o que eu havia aprendido na minha vida acadêmica”, diz. Sobre a sua contratação fora das regras do jogo, ela acredita que ganhou o emprego por ter mostrado algumas boas características. “Sou muito organizada e batalho muito, acho que eles enxergaram essas minhas qualidades e, por isso, acredito que eles resolveram me dar uma chance”, diz.

dações encaminhados a Justus, que deu a palavra final sobre os aprovados – depois de cerca de dois meses do processo de pré-seleção. Na segunda edição, a pré-seleção seguiu o mesmo processo, mas realizado sem a diretora de RH do grupo NewComm. Diante de tanta preocupação em escolher os mais adequados participantes, a lógica do programa chamou atenção das empresas (veja *boxe* “*Da tela para a empresa*”). Especialistas e consultores passaram a engergar *O Aprendiz* não apenas como entretenimento, mas sim como um rico processo de seleção e dizem até que muito do que é mostrado nada mais é do que um recorte do dia-a-dia empresarial.



Paschoali, conselheiro: qualidades e pontos fracos

pararam uma série de simulações para avaliar características essenciais de um executivo, como garra, organização, planejamento, inteligência, criatividade, capacidade de agir sob pressão.

Cada episódio era amparado na execução de várias provas. As tarefas eram sempre distribuídas a duas equipes sob o comando de líderes e simulavam situações como administrar um posto de gasolina por um dia, vender flores, vender papéis higiênicos, produzir negócio com um ônibus de excursão e outras.

No entanto, não era apenas a capacidade de produzir resultados que es-

Com os 16 selecionados definidos, estava na hora de a “brincadeira” começar. Para testar a capacidade dos candidatos e definir quem seria o contratado, a produção e Justus pre-

MBA intensivo

Na final da segunda edição, a vencedora do primeiro *O Aprendiz* ganhou um presente: foi promovida ao cargo de diretora de novos negócios da agência de marketing direto Wunderman, empresa que a contratou pela vitória no programa.

Vivianne Ventura começou a trabalhar na empresa de Justus em janeiro deste ano. Para receber o novo talento, a empresa criou o cargo de gerente de novos negócios. Ela também acumulou a função de gerente de atendimento. “Entrei no grupo sem tirar o lugar de ninguém”, comemora a executiva, reconhecendo que esse fator facilitou a sua integração. O salário de 250 mil reais por ano, que ela conquistou, não é pago pelo Grupo NewComm. Essa despesa é bancada pelo programa.

“Não ganhei um reality show, ganhei um emprego. Isso para mim é o



Vivianne, a aprendiz: “Não ganhei um reality show”



mais importante.” É com essa frase que ela costuma definir a sua conquista. O contrato de Vivianne vence em janeiro de 2006, mas ela mostra-se animada com a possibilidade de renovação. “Assim como os outros funcionários do grupo, eu tenho metas a cumprir e até agora eu tenho conseguido alcançar todos os objetivos”, fala. Sobre a experiência de ter participado do programa, Vivianne guarda algumas lições. “Quem entra no programa para jogar sozinho não avança. O trabalho em equipe é a única forma de se chegar à final”, diz. Para ela, *O Aprendiz* é como um MBA intensivo, durante todo o programa os participantes estão aprendendo. Vivianne é formada em comércio exterior e em teatro, trabalhou durante cinco anos no Citibank, onde atuou como gerente de planejamento estratégico.

tava em jogo. Numa das provas, Justus pediu que as equipes comprassem uma série de produtos, entre eles camarões grandes, com uma determinada verba. Um dos participantes, responsável pela tarefa, resolveu comprar camarões pequenos e médios porque teve dificuldades em achar o que tinha sido pedido. Resultado: o participante tentou forjar uma situação e durante sua avaliação recebeu sérias críticas pela conduta.

Num outro momento, uma das equipes tinha de contratar uma massagista. Um candidato não conseguiu de imediato achar a profissional e tentou forçar um dono de uma clínica de estética a vender os serviços de uma pessoa qualquer que simulasse uma massagem. “Ele está ten-



Diney, do IBEHI:
válido como laboratório

tando enganar quem?”, pergunta Isabel, que, assim como o outro conselheiro, acompanhava, sem se manifestar, as equipes durante a realização das provas. “As tarefas serviam

para identificar competências, ética, capacidade de trabalho em equipe e o desempenho da liderança, que era escolhida pelos membros da equipe”, lembra. “Cada tarefa enfatizava pontos específicos. Podia ser a capacidade de negociação, o planejamento, a execução. Quem era demitido sempre recebia um suporte psicológico. Só depois de entender bem as razões do desligamento e com esse amparo é que o candidato voltava para casa”, diz Isabel.

José Tolovi Júnior, presidente do Great Place to Work Institute do Brasil, participou como conselheiro na primeira edição do programa. Segun-

O líder que sempre quis ser

Já para o ganhador da segunda versão de *O Aprendiz*, o administrador de empresas Fábio Porcel, a principal lição que ele tirou de sua participação foi a de que é fundamental “saber trabalhar os profissionais de forma individual, principalmente quando você é líder”. O executivo disputou a final com Tatiana Arrais, que perdeu a competição por ter sido considerada uma líder autoritária, centralizadora. Ele acabou sendo reconhecido como um líder que conseguia estabelecer, durante as provas, uma relação sempre muito tranquila com os membros da equipe. Sua capacidade de delegar também foi bem avaliada no programa. Porcel atualmente faz pós-graduação em gestão de pessoas, já foi professor de marketing estratégico, além de ter trabalhado, durante dois anos, como gerente de treinamento



Porcel, o novo aprendiz: vocação para direcionar talentos



da equipe de vendas do grupo farmacêutico MS. Porcel era responsável por cerca de 180 pessoas.

Ele afirma que o seu estilo de liderança não tem nada de complexo: “Quando entrei numa sala de aula pela primeira vez eu pensei em ser um professor que eu sempre quis ter. Assim é com a liderança: procuro ser um líder que eu sempre quis ter. Um líder não tem de saber tudo ou ser melhor que os outros; acredito que é mais importante para um líder saber direcionar talentos e fazê-los produzir resultados”, afirma o Aprendiz. A maneira de comandar agradou. “Optei por uma pessoa que tem uma condição melhor de trabalhar em equipe. Numa empresa de comunicação isso é importantíssimo”, diz Roberto Justus, explicando a razão de sua escolha.

do ele, um dos aspectos que mais chamam atenção e que podem ser transportados para a realidade empresarial é que *O Aprendiz* pode ser encarado da seguinte forma: "Imagine que uma empresa abre uma vaga e pede aos candidatos que enviem os seus currículos. Em vez do modelo tradicional de entrevistas e análises de perfil, ela diz que o processo será feito com base em dinâmicas, durará mais de dois meses [fora a parte de pré-seleção] e será televisionado."

Mesmo sendo um programa de TV, *O Aprendiz* foge à regra geral da ficção. "Notei, desde os primeiros episódios, que os participantes encaravam as tarefas com muita seriedade; eles entendiam que uma oportunidade de emprego estava em jogo. Em nenhum momento percebi que alguém estava ali para brincar", diz Tolovi.

O consultor defende a tese de que



Antonia Larghi

Ana Carolina: "Prefiro ir diretamente ao mercado"

o programa possui uma boa quantidade de práticas desenvolvidas em processos de seleção utilizadas nas empresas. "A grande diferença é que, no caso de *O Aprendiz*, esse modelo de seleção para muitas empresas é algo inviável", afirma.

Tolovi não pôde participar da se-

gunda versão. Ele foi substituído pelo também consultor e ex-presidente do Lloyds Bank Roberto Paschoali. "O programa utiliza como método muitas simulações em que o executivo tem de colocar em prática a sua estrutura intelectual, sua capacidade de definir e executar estratégias, planejar ações e cumprir metas num curto espaço de tempo e sob forte pressão", diz. Paschoali destaca algumas características do programa que podem servir como modelo de avaliação profissional. "Durante *O Aprendiz*, é possível ver claramente que os participantes revelam suas principais qualidades e pontos fracos", afirma. De acordo com ele, o método é mais eficiente do que as práticas utilizadas cotidianamente pelas empresas para contratar pessoas. "Quando

Da tela para a empresa



Nadir, da UPS: demissão só na TV



Para Nadir Moreno, diretora de RH para o Brasil e América Latina da UPS, empresa do setor de entregas expressas, boa parte dos procedimentos vistos em *O Aprendiz* também são realizados nos processos de seleção e promoção de funcionários da companhia, atualmente são 650 colaboradores. Ela destaca que a maior semelhança se observa nas práticas de avaliação das pessoas: "Assim como no programa, nos reunimos com os candidatos, em geral profissionais que já trabalham conosco, para avaliar o seu desempenho nas tarefas."

Na UPS, o procedimento é parte do plano de carreiras. Na maioria dos casos, ele é desenvolvido como meio de promoção para o cargo de

supervisor. Segundo Nadir, o processo se estende por dois a três meses e começa quando o funcionário escreve uma carta de intenção pleiteando uma requalificação profissional. "A partir daí, submetemos o candidato a uma série de testes. São feitas entrevistas, dinâmicas e tarefas em grupos, avaliação de capacidade de liderança, de comunicação e de administração de conflitos", afirma. A diferença entre a TV e vida real, segundo ela, é que no caso da UPS ninguém é demitido. "A eliminação no nosso caso é apenas uma desclassificação no processo de promoção profissional", conta. Depois de seis meses o funcionário que foi desclassificado pode voltar a participar do processo.

“você faz uma entrevista com um candidato a uma vaga, você tem 50% de chance de acertar e 50% de errar. Contratar uma pessoa apenas pelo seu desempenho numa entrevista é muito superficial”, defende.

Ainda segundo Paschoali, muitas grandes empresas optam por buscar talentos que possuam, além de sólida formação e conhecimento técnico, boa capacidade de liderança, argumentação, facilidade de trabalhar em equipe, segurança e, principalmente, capacidade de se adaptar aos mais diferentes desafios. “Acredito que um dos pontos positivos do programa é exigir que os participantes sejam versáteis a todo o momento”, destaca.

A estudante de psicologia Ana Carolina Cassinelli é uma telespectadora assídua e enxerga em *O Aprendiz* algumas lições. “O programa exige, o tempo todo, muita agilidade, desenvoltura para o cumprimento de metas, muito planejamento, organização, capacidade de negociar, lidar com orçamentos, entre tantas outras coisas que fazem parte da realidade”, diz.

Para Ana, a principal qualidade do reality show é mostrar que, “se uma pessoa não possui inteligência emocional, ela não produz tão bem quanto poderia produzir, ela também não interage tão bem com sua equipe e, fatalmente, tem um desempenho aquém de quem possui essa característica”. De acordo com ela, na primeira edição do programa, o fator equilíbrio pessoal foi decisivo. “A Vivianne demonstrou muita inteligência emocional. Ela sabia como argumentar e defender bem as suas idéias, assim como executar o que tinha proposto. Ao meu ver, isso fez toda a diferença.”

• Caso tivesse a chance de participar de um programa como *O Aprendiz*, ela declinaria o convite: “Acho que não vale a pena. A TV mostra o que



ela quer e a exposição é muito grande. Um pequeno deslize pode prejudicar uma carreira. Prefiro arriscar meu futuro direto no mercado.”

Vida real

Assim como a estudante, o consultor José Diney, presidente do Instituto Brasileiro de Estudos Humanísticos Integrados (IBEHI), também é reticente. “O programa possui muitas características interessantes, mas para analisá-lo temos de ter em mente que se trata de um programa de TV, em nenhum momento podemos perder isso de vista”, alerta. Ele procura separar o que pode ser transportado para o mundo corporativo e o que é apenas show de televisão. “É válido como laboratório, não como verdade absoluta. Para obter resultados corporativos existe uma série de outras variáveis”, completa.

Nesse sentido, Diney diz que somente daqui a três ou quatro anos é que será possível avaliar com segurança o desempenho dos vencedores no mercado. Antes, ele faz questão de afirmar que a vida corporativa não é um conto de fadas. “A realidade é cruel. Na vida corporativa a qualidade de vida é péssima, muitos executivos vivem angustiados, não se sentem seguros, enfim, a maioria

Tolovi Júnior: “Os participantes não estavam ali para brincar”

não vive num mundo de sonho.”

Entre os aspectos apontados pelo consultor, saber liderar é o mais importante na corrida pela vitória no programa. “Quem tem mais talento em gerir pessoas acaba vencendo, foi assim nas duas edições”, diz. Não por acaso, Porcel, o vencedor da segunda edição, cursa pós-graduação em gestão de pessoas e tem no currículo experiência no comando de uma equipe de 180 pessoas, quando era gerente de treinamento de uma indústria farmacêutica.

• Mesmo não querendo ouvir de Justus a famigerada frase “Você está demitido”, os candidatos não escondem que o programa aumenta a visibilidade no mercado. “Uma grande empresa entrou em contato comigo antes da final e fez um convite de emprego ao Porcel. Caso ele vencesse o programa, eu teria de indicar outros três aprendizes para essa companhia”, lembra Isabel. Segundo ela, vários executivos, headhunters e colegas do mercado sempre telefonam em busca de informações sobre os ex-aprendizes. “Digo com segurança: todos estão em melhores posições hoje do que antes do programa”, diz, afirmando que também aprendeu: “Muito se fala sobre o papel de um líder, em termos de conceito. Descobri, acompanhando as equipes nas tarefas, que, de fato, na prática, ele faz a diferença.” ←

Colaborou Sérgio Miranda

Veja no site da revista MELHOR

• Editora inspirou-se em *O Aprendiz* para contratar jornalista.

www.revistamelhor.com.br

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)