

Liane Varsano
55 21 9366 -7166
liane_varsano@uol.com.br

Revista da Cultural – Versão Online
Data: Abril/10

EDIÇÃO 33
ABRIL DE 2010

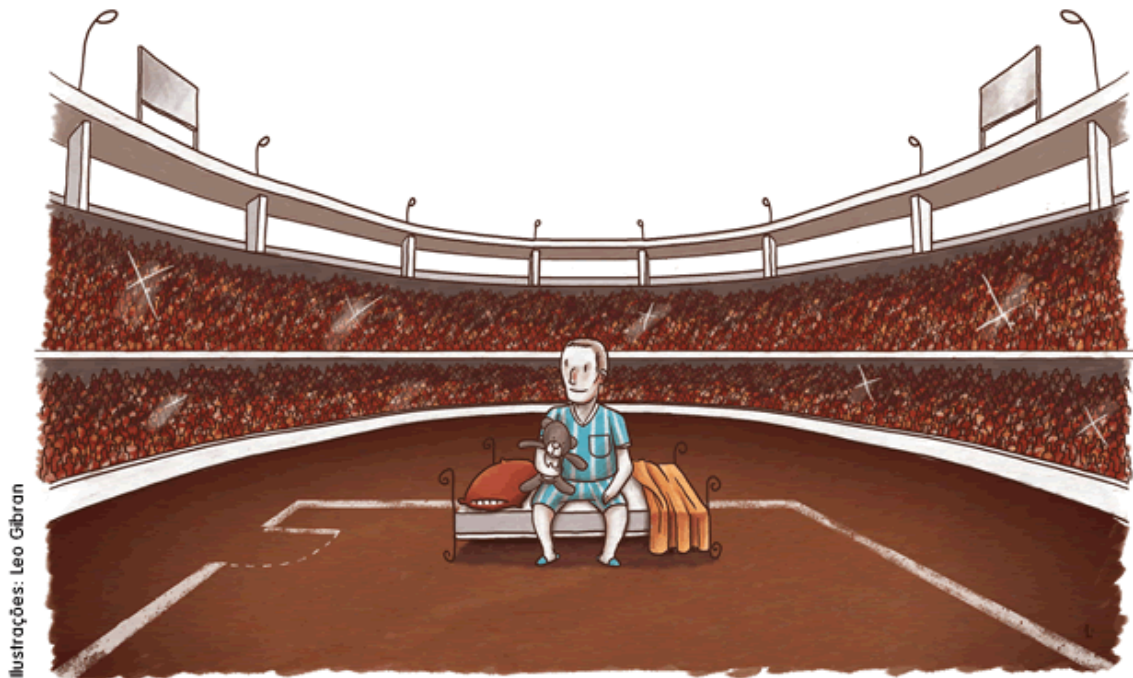
revista da cultura



VERDADES ENCENADAS

OS REALITY SHOWS CONQUISTAM CADA VEZ MAIS ESPAÇO NA TELEVISÃO E NAS MÍDIAS DIGITAIS COM AUDIÊNCIAS RECORDES, NÃO SEM PROVOCAR QUESTIONAMENTOS SOCIOCULTURAIS E ESTÉTICOS

POR KELLY DE SOUZA



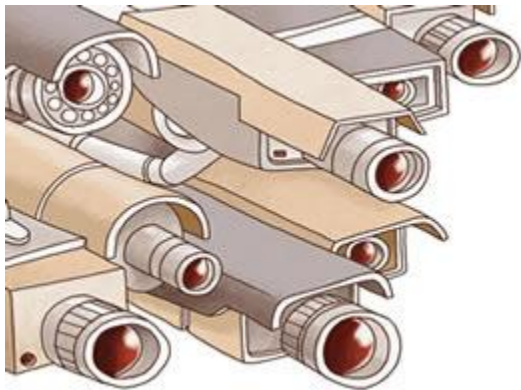
Não é de hoje que somos atraídos por jogos proporcionados pela encenação da vida humana. Basta lembrar as tragédias representadas pelo teatro grego, nos longínquos séculos 5 a.C. e 4 a.C., e as arenas da Roma Antiga, onde gladiadores se enfrentavam até a morte para entreter e divertir o público. A sedução quase primitiva desse tipo de espetáculo sempre mobilizou espectadores, seja por identificação ou pelo poder de decidir o destino dos *players*. Nas arenas romanas, bastava levantar a mão para salvar a vida do lutador. Já no século 21, com a ascensão tecnológica e o *boom* dos *reality shows*, na versão pós-moderna do jogo da vida real, é o telefone ou a internet que determina a sobrevivência no jogo.

Existem muitas versões sobre como e onde surgiram os primeiros *reality shows*. Muitos apostam no pioneirismo do *Candid Camera*, de 1948, uma série para TV que “pegava” incautos em situações hilárias por meio de uma câmera escondida. Mas foi na década de 1970 que o voyeurismo começou a tomar corpo na audiência e *shows* como *An American Family*, centrados no ambiente familiar, passaram a adotar o formato que conhecemos atualmente. Já na década de 1990, o crescimento ocorreu em escala, patrocínio e audiência. A série *Expedition Robinson*, criada em 1997 por uma TV sueca (no qual um grupo de pessoas é deixado em uma ilha com ambiente selvagem), inspirou a criação de diversos outros do gênero, como *Survivor* (EUA) e *No limite*, que estreou em 2000 e é considerado o

primeiro *reality show* brasileiro.

Diversos programas do gênero foram criados no país, como *Casa dos artistas*, *Ídolos*, *A fazenda*, *Supernanny*, *Troca de família* etc. Até o poderoso *Big Brother*, criado em 1999 na Holanda por John de Mol, ganhou versão brasileira. Só a empresa Endemol, que detém os direitos autorais do *Big Brother*, tem mais de 400 tipos de *reality shows*. O *Big Brother Brasil* (BBB) chegou em 2010 à décima edição com prêmio de R\$ 1,5 milhão ao vencedor, batendo o próprio recorde em participação de público, com 92,3 milhões de votos recebidos (por telefone e internet) em uma terça-feira de eliminação. O recorde anterior, também da edição atual, era de 77 milhões.

O neologismo “*Big Brother*” (grande irmão) veio da fantástica obra de George Orwell, 1984, no qual um líder oculto – invasivo e espião – vigia tudo e a todos com suas *teletelas* (um *mix* de televisor e câmera de vigilância, podendo, simultaneamente, transmitir a programação oficial do governo e filmar o que acontece em frente ao aparelho). Ironicamente, Orwell previu em 1948 que o Estado vigiaria as massas milimetricamente, mas nunca poderia prever que as massas pagariam pelo entretenimento de vigiar os outros.



ESTÉTICA DA NÃO HISTÓRIA

Um casal passa 22 dias em uma casa, sem roteiro ou contato com a equipe do programa e, claro, câmeras acompanham tudo. Não, não se trata de mais um *reality*. Pelo menos não nos moldes em que a televisão tem nos apresentado. Mas do experimento que o cineasta Beto Brant (*Os matadores*, *O invasor* e *Um crime delicado*) realizou em seu mais recente filme *O amor segundo B. Schianberg*. Iniciado como minissérie de quatro capítulos para a TV Cultura e SES CTV, o cineasta se inspirou nos “*shows* de realidade”, especificamente o *Big Brother*, para construir uma linguagem experimental que adere à estética da videoarte com as imagens, quase amadoras, de oito câmeras de segurança. O resultado do longa-metragem é uma surpreendente não história, vivida pela videoartista Marina

Previato e pelo ator Gustavo Machado, que priorizam no “enredo” a construção da intimidade, do amor e da arte. Tudo no improvisado. O único prêmio ali era a experiência da convivência.

Em *O amor segundo B. Schianberg*, o cineasta se aproxima do universo dos *reality shows* para poder, de certo modo, negá-los. “Não é só um *antireality*, mas a antítese de um BBB. O problema não está no formato, que propõe observar a realidade, mas a maneira ordinária como é feita na TV, direcionado à exibição do lado cruel e desleal do ser humano, dentro das possibilidades do espetáculo. O objetivo é flagrar o desespero, o pânico, a perda de controle. Tudo medido por ibope e manipulado para ampliar o público, garantido grande número de anunciantes. É tudo um grande jogo de números. No meu filme, quis mostrar que dá para ter o aspecto construtivo dentro do formato *reality*”, explica. Benjamin Schianberg é personagem do livro *Eu receberia as piores notícias dos seus lindos lábios*, de Marçal Aquino, e pai da videoartista na série da TV. A história será filmada em 2010 por Beto Brant.

Os atores, que receberam apenas um direcionamento no início do projeto, não ficaram enclausurados. “A ideia era flagrar o encontro deles, as possibilidades de conexão, de criação. E não de vencer um ao outro. A mensagem [para o público] era algo como: vamos desligar as máquinas, vamos olhar um para o outro, vamos celebrar a intimidade com o parceiro.” Durante as três semanas, Beto Brant orientou os atores apenas por *e-mail* ou mensagens por celular. “Eu não queria que eles tivessem contato com a equipe para poderem ter esse distanciamento, essa entrega necessária para aquele convívio”, explicou o cineasta.

Gustavo Machado disse que o que prevaleceu durante a experiência foi o sentimento de fazer ficção-realidade, e não a verdade. “Uma das deformações profissionais que (toda profissão tem as suas) um ator vai adquirindo durante a vida é exatamente tomar por real uma situação fictícia e – a grande deformação, para o bem e para o mal – assistir

à realidade como ficção. Sempre foi ficção, o que pra mim é a real. Chorar por um filho que não é meu, dizer 'eu te amo' a uma mulher que eu mal conheço, tomar tiro na cabeça, amputar uma perna... para um ator é sempre real. tem de ser. ainda bem que a realidade não é a Verdade. a realidade é o que é, a Verdade (é como Deus) cada um tem a sua."

Para Marina Previato, que produziu seu próprio filme durante a vivência (incluído nos últimos minutos do longa), a experiência – de improvisação – foi esquizofrênica. "eu já tinha feito um *reality* ficcional para MtV, o *Teoria das cordas*, mas nada como o filme. e, o mais interessante, além de ter um ótimo ator 24h disponível para mim, foi o processo de criação da minha videoarte", conta.

Apesar de se aproximar do formato de *reality*, o ator concorda com brant. "É *anti-reality show*, porque não quer transformar uma determinada realidade num espetáculo, num *show*, mas criar uma realidade nova a partir de uma situação inventada. ou seja, não faz da realidade um espetáculo, mas, ao contrário, faz de um espetáculo (atores criando *personas* que contracenam e criam um mundo) uma nova realidade", conclui.

Público E Privado

Não se pode negar que estes programas provocam os "extremos" em seus participantes. Para Cosette Castro, doutora em comunicação e jornalismo pela universidade de barcelona e pesquisadora da universidade de brasília (unb), isso ocorre por vários motivos, mas basicamente porque, por mexer com a emoção das pessoas, o *reality* leva ao público o que teoricamente deveria permanecer no âmbito privado. "ou seja, expõe a vida dos participantes, embora eles aceitem isso. além disso, traz à tona a paranóia do controle, da falta de privacidade, do olho que tudo vê, como no livro de Orwell."

A psicóloga Marília Millan explica, em sua tese *Reality shows – Uma abordagem psicossocial*, que, nesse cenário, a estética superou a ética. "É possível relacionar tal banalização à quantidade de estimulação sensorial a que somos expostos de maneira ininterrupta, sem oportunidade de processar, elaborar e pensar criticamente sobre o que nosso aparato perceptivo é capaz de absorver. Há, então, um empobrecimento do contato com nossa própria subjetividade e a concomitante alienação das experiências cognitivas e afetivo-emocionais", explica. o resultado é que o ser humano passa a buscar eco para suas vivências nos próprios programas.

No livro *Tempo e história*, o filósofo Adauto Novaes, do Centro de estudos artempensamento, do rio de Janeiro, conta que historicamente "somos atraídos pelo fútil, pela curiosidade ávida de sensacionalismo e pela excitação banal, deixando de lado nossa potência de pensar e agir". Marília concorda: "Os *reality shows* nos proporcionam tudo isso, adormecendo nossa capacidade crítica, já tão abalada pela alienação de nossas consciências. as experiências humanas ficam reduzidas a uma gama de pequenos conflitos que retratam a superficialidade e o caráter fugidio das relações sociais. o que se vê é a pulverização dos relacionamentos em atitudes impulsivas, intrigas e falas desarticuladas, denotando manifestações emocionais caricatas e previsíveis".

A atriz Fani Pacheco, que participou da sétima edição do bbb, conta que é justamente esse "jogo" de emoções que compõe o perfil dos ganhadores. "Comecei a identificar o que dá certo e qual tática utilizam para convencer o público de que são os merecedores. Nem sempre são sinceros e às vezes atuam para convencer a massa", analisa. Depois do confinamento, a atriz escreveu o livro *Lado B - Diário Secreto de uma ex-BBB*, em que fala de sua passagem pelo programa.

A psicóloga conta que os processos de identificação parecem estar na base do sucesso das representações da vida real. "a possibilidade de encontrar eco para as próprias experiências pode ser um meio de sentir-se incluído. a imitação da vida nos permite compartilhar a essência humana com os outros: o estritamente pessoal ganha o terreno social. Já não somos os únicos; é possível compreender as situações humanas à luz da esfera cultural. não estamos completamente sós, pois os outros participam do drama que julgávamos exclusivamente nosso", analisa. De acordo com ela, consumimos a exposição de pessoas que, "ávidas por exhibir-se e ganhar fama, ainda que fugaz, submetem-se à superexposição".

Fani, que viveu na prática a superexposição, concorda. “É daí que vem o sucesso dos *shows* de realidade. o ser humano tem necessidade de se mostrar, faz isso com a imagem, com roupas, com a inteligência. Vivemos um espetáculo por dia. as pessoas procuram uma identificação e se espelham para refletir sobre sua própria conduta na vida, social e emocional.”

BAIXA CULTURA OU PRECONCEITO?

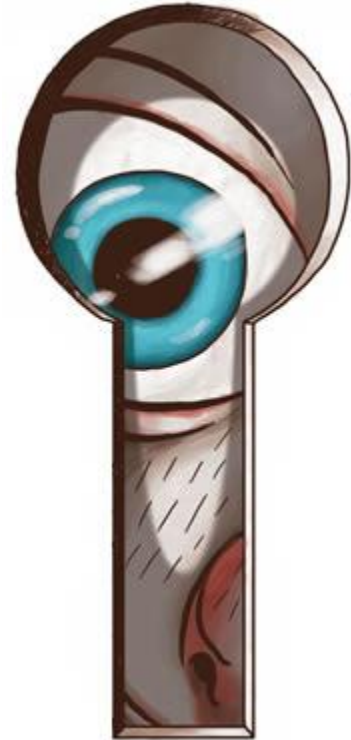
No livro *Por que os reality shows conquistam audiências?*, Cosette Castro busca, na contramão do que a maioria dos acadêmicos prega, desmitificar a ideia de que o *reality show* é um produto social degenerativo. Ela reflete que há confusão entre a chamada “baixa cultura”, nome dado pelos estudiosos à cultura popular que é desvalorizada e colocada em segundo plano, e a “alta cultura”, aquela considerada pelos especialistas “inteligente, boa e interessante”. No meio disso tudo, está a cultura de massa, ligada aos meios de comunicação. “Na televisão, a fronteira entre o entretenimento e o cultural é frágil. Embora nem sempre um programa cultural nos entretenha (ao contrário, pode ser chato), sempre vão existir elementos de um ou outro na programação. E não vale dizer o velho chavão de que a nossa população não é culta, porque os *reality* fizeram e fazem sucesso nos EUA, Canadá, Alemanha, Bélgica, Grã-Bretanha e França. É muito mais fácil rotular formatos televisivos que observar de que maneira conquistam as audiências”, lamenta.

Para ela, a questão não é tirá-los da programação ou censurá-los, mas ampliar a oferta de programas e formatos. “Assim, a audiência poderá olhar diferentes conteúdos e escolher o que mais lhe agrada. Preocupa-me a discriminação dos intelectuais e professores com relação à televisão em geral e programas específicos, como telenovelas ou *reality shows*. Precisamos de uma oferta cultural variada para que as pessoas possam – a partir desses diferentes espaços – receber diferentes olhares sobre o mundo e sobre os seres humanos e, a partir daí, construir seus pontos de vista sobre a sociedade em que vivem com mais dados e informações. Caso contrário, boa parte das pessoas seguirá dizendo que não assiste telenovelas e *reality shows* em público, mas o faz na vida privada”, diz Cosette.

O discurso dos principais críticos desse formato, de que o “cérebro do brasileiro encolheu”, é, para a pesquisadora, reducionista e preconceituoso. “Então, se alguém não gosta das mesmas coisas que você na televisão, no rádio, no cinema ou na literatura, essa pessoa é burra, inculta ou pouco inteligente? Fico triste com esse pensamento, que só desvaloriza essa miscigenação de gostos e culturas que é o Brasil e que analisa nossa população de forma negativa, como se os brasileiros fossem os mais incultos do mundo. Se isso fosse verdade, o cérebro da população de mais de 40 países centrais e periféricos onde os *reality shows* fazem sucesso deve ter encolhido também...” O roteirista e documentarista Newton Canitto (*9mm*, *Cidade dos homens* e *Poder paralelo*) comunga a opinião da pesquisadora e ressalta que “cultura não é apenas cultura de elite, não é apenas ‘bom gosto’”.

REALIDADE OU FICÇÃO

A realidade que vemos pela tela da TV, tal e qual a conhecemos, e que os produtores dos programas defendem, existe ou tudo não passa de construção de uma realidade encenada? Newton Cannito conta que a crença na “realidade pura” foi destruída há muito tempo. “É impossível captar a pura realidade. Como o próprio termo diz, *reality* é realidade, mas também é *show*. O público gosta de discutir isso: o que é realidade, o que é *show*. O Alemão ama a Siri ou aquilo é uma encenação para ganhar simpatia? Na ‘realidade’, possivelmente são sempre as duas coisas, mas a dose entre elas é o grande debate contemporâneo. Uma tendência da cultura digital que analiso em meu livro. O bom programa é o que deixa aberta essa questão”.



Marília Millan diz que assistir a tais programas confere-nos a ilusão de que estamos vendo a vida real como a vivemos. “Toda a técnica está a serviço de tornar o programa o mais real possível. O “como se”, que inclui o simbólico e a abstração, dá lugar ao “é agora”, numa tentativa de substituir o personagem da ficção pelo indivíduo real.” Há um achatamento entre ficção e realidade. “O sucesso do *Big Brother* confirma a volatilidade da experiência humana pós-moderna: não queremos sentir, pensar ou agir, abdicamos da angústia existencial para que outros, nem atores e nem personagens, vivam por nós.” A doutora Cosette Castro explica que, na prática, as realidades se misturam. “Há a vida cotidiana, mas também um ‘roteiro’. a ser seguido. Existe, sim, uma tentativa de controle de parte da produção que, além disso, edita e valoriza o que mais lhe agrada. Os participantes têm plena noção das câmeras, mas é muito difícil fingir e encenar 24h, até porque eles interpretam personagens de si mesmos. Chega um momento em que perdem o controle disso, das câmeras e da vigilância constante”, conclui.

TV NA ERA DIGITAL

No ar há mais de 80 anos, a televisão revolucionou os meios de comunicação, influenciou comportamentos por décadas e é, ainda hoje, o veículo com maior penetração no mundo. em plena era digital, como despertar o interesse do espectador, conquistar a audiência e se propagar, ainda mais, socialmente? Para Newton Cannito, como tudo é conversível e multiplataforma, é preciso elaborar conteúdos que atuem simultaneamente em várias mídias. “Fazer televisão hoje é pensar como ela pode catalisar a internet, o rádio, a venda de livros etc. O *Big Brother*, aliás, faz isso muito bem. Por isso, é um típico produto da cultura digital. É importante dizer que muitos ainda acham que a televisão vai virar internet. seria a tV 2.0. não vai. o digital potencializa as mídias e a televisão vai ser ainda mais televisão.”

Autor do livro ***A televisão na era digital – Interatividade, convergência e novos modelos de negócio***, Cannito não tem dúvida do futuro promissor dos *reality shows* na televisão e aposta que esse será um dos veiculados. “Muitos reduzem o sucesso do bbb voyeurismo, a ver pelo buraco da fechadura. isso existe, é claro. Mas é pouco. *Big Brother* faz sucesso, pois criou um produto tipicamente televisivo, uma mistura entre jogo e narrativa, algo que a televisão faz melhor que o cinema, melhor que a internet. *Big Brother* também é um metamelodrama. tem a estrutura da novela (ficção), com seus dois temas básicos: amor (e sexo) e ascensão social. e é debatido, discutido, questionado. o público assiste para discutir personagens mais complexos do que os da novela, que muitas vezes são planos. os comportamentos éticos dos personagens [no *reality*] são discutidos pela população, formando uma esfera pública”, diz. em outras palavras, esse formato de entretenimento faz bem sua função na televisão: dar assunto. Mas dá para criar *reality*, manter a convergência com as mídias digitais e ter assunto sem que o conteúdo seja tão apelativo? Cannito não titubeia na resposta: “a pergunta em si já tem preconceito com o termo ‘apelativo’. [serguei] eisenstein, o cineasta russo de vanguarda, chamaria ‘o apelativo de atrações’. ele usava cenas de detalhes de violência explícita, por exemplo. as vanguardas eram menos caretas do que o mundo hoje, dominado pela mesmice do politicamente correto. a mesmice é minha grande preocupação”, diz. apesar disso, o roteirista não salva a criatividade apresentada nas programações atualmente. “no meu livro, critico a TV brasileira pela falta de inovação. elogio a MtV pelo modelo de grade, pelo trabalho com gêneros populares, tV de auditório renovado etc. a MtV está mais que para globo. e gosto disso. Defendo que a arte à qual a tV mais se assemelha é o circo. o circo é apelativo? Dentro do critério que usam hoje para definir o apelativo, o circo e todas as artes populares seriam chamadas de apelativas.” ©



SOCIEDADE VIGIADA

Se Winston Smith, o protagonista de **1984**, vivia angustiado tentando burlar o implacável **Big Brother** que controlava tudo através das “teletelas”, o mesmo não ocorre com a gente hoje na vida real. Os **reality shows** dessensibilizaram o cidadão comum em relação às câmeras? A queda de braço entre segurança versus privacidade parece já ter ganhador e o “você está sendo filmado” se tornou trivial.

Ruas, escolas, comércios, escritórios, bancos, condomínios e residências são monitorados. Não há dados exatos, mas estima-se que mais de dois milhões de câmeras estão instaladas em locais públicos no país. Segundo a Associação Brasileira das Empresas de Sistemas Eletrônicos de Segurança, só o Estado de São Paulo superou, em 2009, a marca de um milhão de câmeras de segurança, num **reality show** às avessas com mais de 40 milhões de participantes. De acordo com a empresa rCI First Security, durante o trajeto de casa para o trabalho, um paulistano é filmado 28 vezes. No rio, a média é dez vezes e em Belo Horizonte, cinco.

Para a pesquisadora Sonia Mansano, autora de **Sorria, você está sendo controlado – Resistência e poder na sociedade de controle**, a constatação de que estamos cada vez mais rodeados por dispositivos de controle ajuda a torná-los banais, corriqueiros e, até, desejados. “Um dos resultados desse processo é o controle recíproco, realizado no cotidiano a partir do que foi veiculado pela mídia”, explica. E não são apenas as câmeras que controlam a sociedade moderna através da “vigilância disseminada”, há também o “controle de estimulação” (consumo) e o “controle de riscos” (à vida). “Não estamos passivos diante do controle. Participamos de sua criação. Essa mesma população cria formas de resistência e até de intolerância a isso. Se partirmos do pressuposto de que existir já implica riscos, é ingênuo achar que a circulação dos dispositivos de controle possa resolver a questão da segurança. Não existe controle absoluto, uma vez que a existência é cercada de acasos e surpresas”, conclui.