

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 – www.tvrealidade.ufba.br



Universidade Federal da Bahia
Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas
Grupo de Análise de Telejornalismo



Título do artigo: Do ficcional ao factual: o diálogo dos formatos dos “espetáculos de realidade”

Autora: Ana Luiza Coiro Moraes, professora do Centro Universitário Franciscano (UNIFRA) de Santa Maria (RS), Doutora em Comunicação Social pela PUCRS.

RESUMO:

Há uma estética do protagonismo de sujeitos comuns na televisão brasileira contemporânea. Lançados ao espetáculo midiático, as experiências, juízos, vivências ou problemas desses “comuns” instaura novos modelos de programação, que esgarçam o conceito dos gêneros factuais, embaralhando-os com formas ficcionais.

Para caracterizar esses *espetáculos de realidade*, busca-se reconhecer as matrizes históricas da estética do protagonismo de sujeitos comuns em formas como o folhetim e o *fait divers*, gêneros que, *latu sensu*, inscrevem-se, respectivamente, no universo ficcional e no campo do factual.

Além disso, nota-se que os próprios princípios produtivos dos gêneros factuais levam à reflexão sobre a semelhança dos critérios de seleção e da forma como são veiculados os assuntos que se noticiam ou que compõem a temática das obras ficcionais da televisão.

Por fim, considerando posturas que qualificam os gêneros de maneira mais ampla, como uma competência cultural de reconhecimento, o que se apresenta é uma proposta para a classificação do espetáculo de realidade, novo *gênero* ora inserido na categoria informativa ora no entretenimento, mas de condição híbrida nos aspectos concomitantemente factuais e ficcionais dos *formatos* através dos quais se veicula: *declarações de opinião*; *depoimentos de experiência pessoal* e os *reality shows* propriamente ditos.

Palavras-chave: gêneros midiáticos, televisão, espetáculos de realidade.

**DO FICCIONAL AO FACTUAL: O DIÁLOGO DOS GÊNEROS QUE FORMATAM
O ESPETÁCULO DE REALIDADE**

Este trabalho surge do estranhamento diante de alguns seres que hoje se movem no ambiente midiático. Tal qual personagens transportadas da literatura, do teatro e do cinema para as páginas de jornais e revistas ou para as telas da televisão e dos computadores ligados em rede, eles se assemelham a seres ficcionais, mas são encenados na 'realidade' da programação midiática.

Podem ser definidos como personagens, porque apesar de se fazerem presentes nos espaços midiáticos através de relatos originados na materialidade do vivido, a maneira como atuam remete ao imagético da ficção. É como personagens que sujeitos comuns são alçados à celebridade, encontrando-se com modelos, atores, cantores, apresentadores, jogadores de futebol (e suas respectivas namoradas ou ex-namoradas) e uma lista infindável que inclui jornalistas, intelectuais, escritores... Todos, indiscriminadamente, lançados à fama pelo princípio midiático da celebração de personalidades, por mais ordinárias que elas possam parecer sob outros valores estético-éticos. Trata-se da *síndrome do protagonista*.

Diante dessas personagens, ora na platéia ora no protagonismo das produções midiáticas, é preciso, então, mobilizar o estranhamento inicial em busca de um modo de conhecimento capaz de articular as questões a elas associadas, pois sua presença já criou novos modelos de programação, esgarçando o conceito dos gêneros factuais e embaralhando-os às formas ficcionais.

Por isso, a partir de alguns posicionamentos teóricos que vêm levantando questões sobre a natureza dos fatos midiáticos, busca-se a estética do protagonismo dos atuais gêneros 'de realidade': híbridos que reivindicam a 'verdade' documentada pelas próprias audiências, mas trabalham na fronteira entre ficção e realidade, deslocando sujeitos comuns da posição habitual de recepção ao âmbito da produção do espetáculo.

Isso porque, é sob alguns protocolos de organização do espaço midiático que se oferece ao sujeito comum a oportunidade de mover-se de sua posição

convencional — de receptor, sem roteiro, direção ou efeitos cênicos para guiá-lo — para as esferas da produção; onde ele passa a agir na alteridade da representação, assentado na ‘casa’ em que se dá a cena espetacular, isto é, quando participante-personagem de um *espetáculo de realidade*.

Aqui, o reconhecimento do novo gênero *espetáculo de realidade* faz uso da tradução da expressão inglesa *reality show*, porém com sentido mais abrangente do que o usual. Isto é, o termo não se refere apenas aos programas de televisão cujos formatos são reconhecidos por esse título; mas estabelece uma relação com todo produto, veiculado em qualquer dos suportes midiáticos, que tenha como protagonistas da cena sujeitos comuns cuja vivência ou problemas sejam lançados ao espetáculo.

OS FORMATOS DA ESTÉTICA DO PROTAGONISMO

Acompanhando posturas que qualificam os gêneros de maneira mais ampla — como Martín-Barbero (1997 [1987], p. 299), que os reputa uma “mediação fundamental na relação entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler” —; para propor uma classificação dos formatos que se inserem nos espetáculos de realidade, busca-se debater os gêneros midiáticos:

a) como ‘híbridos’ que se formaram a partir do amálgama da literatura com o jornalismo, fixando uma estética própria;

b) na conexão entre a forma como são culturalmente apresentados os produtos da mídia e os processos que selecionam a sua noticiabilidade, ou seja, no próprio *newsmaking* jornalístico;

c) como um ‘código de recepção’, isto é, como se configuram em competência cultural de reconhecimento: seja para o *receptor* inserir-se no processo de comunicação como espectador, seja para interagir com as esferas produtivas de forma mais efetiva, adotando-os como ‘guias’ para transitar nos espaços dos espetáculos de realidade.

Se os gêneros ficcionais podem ser tomados como “matrizes culturais universais, recicladas no decorrer do tempo”, como demarca Borelli (1996, p. 174), as primeiras notícias de consciência do problema que mais tarde receberia o rótulo de “gênero” são encontradas, segundo Moisés (1977, p. 31), na *República*, de Platão; enquanto que a primeira tentativa no sentido de sistematizar as “formas” literárias deve ser creditada a Aristóteles, que distinguiu como gêneros: “a epopéia, a tragédia, a comédia, o ditirambo, a aulética e a citarística”.

Em que pese a multiplicação de gêneros que a práxis artística criou ao longo do tempo (sobretudo formas de cunho ‘popular’), o divisor de águas dessa questão foi o Romantismo e sua estética libertária: classificações e categorias estanques, como o caráter normativo da teoria dos gêneros, então foram preteridas por uma ordem mais liberal. Nas palavras de Moisés (1977, p. 34): “Caem por terra os gêneros, ou melhor, a distinção clássica dos gêneros é substituída por uma noção de gêneros ‘impuros’, mistos ou *comunicantes*” (o grifo é nosso).

Isso, segundo Haroldo de Campos (1999, p. 285) diz respeito a um fenômeno de ‘hibridismo dos gêneros’ que “passa a se confundir também com o hibridismo dos *media*, e a se alimentar dele”, pois, na ruptura dos gêneros literários: “A linguagem descontínua e alternativa, característica da ação, vai encontrar na simultaneidade e no fragmentarismo do jornal seu desaguadouro natural”.

Martín-Barbero (1997 [1987], p. 171-183) localiza esse processo na “revolução tecnológica” oferecida pela rotativa (“salto das 1.100 páginas impressas por hora para 18 mil”) e nas mudanças introduzidas pela incorporação dos folhetins aos jornais, deslocando a “comunicação literária” da formatação em livro, para adotar técnicas de composição específicas da imprensa, submetendo-se, portanto, à organização da indústria cultural. Como consequência disso, ele aponta o surgimento de novos “dispositivos de enunciação”, ou seja, um novo “*modo de escrever*”, a meio caminho entre “informação e ficção” e rearticulando a ambas. Trata-se, a partir de então, de “uma escritura que não é literária nem jornalística, e sim a ‘confusão’ das duas: a atualidade com a ficção”, observa Martín-Barbero (1997 [1987], p. 173 e p. 183);

A partir de 1850, surgia o *folhetim*, em forma de longas narrativas publicadas em episódios semanais, no rodapé de jornais vendidos a preços baixos e com grande tiragem. Nesta fase, um jornalismo competitivo e industrial organizava-se para atender à demanda de um mercado crescente. Para Sodré (1978, p. 80): “o folhetim nasce, portanto, atrelado à imprensa de grande tiragem, ao germe da indústria cultural”. Meyer apresenta uma definição caricatural do folhetim, de um analista da época:

O senhor tome, por exemplo, uma mocinha infeliz e perseguida. Acrescente um tirano sanguinário e brutal, um pajem sensível e virtuoso, um confidente dissimulado e pérfido. Quando tiver em mãos esses personagens, misture todos rapidamente em sete, oito, dez folhetins e sirva quente. (...) E se o senhor puder colocar esse leitor entre uma assinatura e outra, ameaçando os pagadores atrasados de deixarem de saber o que acontece com o herói favorito, acontecerá então o mais belo sucesso da arte. (Louis Reybaud, apud Meyer, 1996, p. 49)

A fórmula, portanto, estava pronta, faltando-lhe apenas, para compor a receita utilizada nos *espetáculos de realidade* do presente, uma pitada de outra matriz estética da hibridização de gêneros que compôs o jornalismo das formas simples que acionavam as rotativas no momento do despertar da indústria cultural: o *fait divers*. Ingrediente que foi adicionado, conta Meyer (1996, p. 97), pelo *Le Petit Journal*, de venda avulsa a um tostão, “sem pretensões políticas ou literárias”, que em 1866 ganhou um suplemento dominical a cuja forma (ilustrações em cores) o seu criador, Millaud, aliou o conteúdo, “unindo o folhetim ao que batizou de *fait divers*, um noticiário romanceado de acontecimentos extraordinários”, contando a “realidade com enredo”.

Mais do que um dos recursos editoriais para chamar a atenção e divertir a audiência (tipo de estratégia que sempre esteve presente na imprensa), o *fait divers* é o “inominável”, aponta Roland Barthes (1971 [1964], p. 263-266), o introdutor do termo. No *fait divers* são cobertos diversos acontecimentos, contendo escândalos, curiosidades e situações bizarras; ele envolve “fatos excepcionais ou insignificantes, anônimos, de essência privativa”. Como “fragmentos de um

romance”, o *fait divers* assemelha-se a uma *short history* que possui um modo discursivo próprio: a “língua do jornal”.

Assim, se é possível reconhecer como matrizes históricas da estética do protagonismo formas como o folhetim e o *fait divers*, gêneros que, *latu sensu*, inscrevem-se, respectivamente, no universo ficcional e no campo do factual; também é notável a aproximação de sua dinâmica de enunciação (‘popular’) e do seu importante (e idêntico) papel na formação de um público ‘de massa’. Seguindo a ‘receita’ dessas matrizes, a contemporaneidade — tempo de uma modernidade urdida nos suportes tecnológicos da comunicação — desloca noções e práticas do espaço privado para o virtual espaço público criado pela mídia. Martín-Barbero (1995, p. 71) afirma que a televisão operou um “reencantamento *massmediático*”, em resposta à modernidade desencantada pelo triunfo da razão, pois ela é um “lugar de visibilidade de mitos compartilhados”. E de símbolos, ele completa (1995, p. 78): “E onde é que a gente vive a experiência de relação com esses ídolos, com essas estrelas, se não é na televisão?”

Por esse caráter ritualístico, ele acredita que as pessoas se deixam seduzir pela “dramatização” que transcende as más atuações, a pobreza estética ou os valores reacionários veiculados pela telenovela, pois ali se apresenta “um momento poético, um calafrio” que lhes permite “romper a inércia da vida, reencantar sua vida cotidiana”, afirma Martín-Barbero (1995, p. 78).

Aponta-se, entretanto, que independentemente dos veículos ou mesmo do gênero — mais ou menos reconhecidamente ‘dramático’ (respectivamente, uma telenovela e a uma reportagem, por exemplo) —, a própria condição do que é ‘veiculável’ não é ordinária, é ‘encantadora’. O acontecimento “jornalístico”, como particulariza Rodrigues (1993, p. 27), está imbuído de uma “natureza especial” e sua seleção se dá na razão inversa da previsibilidade: “quanto menos previsível for, mais probabilidades tem de se tornar notícia e de integrar assim o discurso jornalístico”.

Por outro lado, os próprios princípios produtivos dos gêneros factuais ‘sérios’ que se distinguem na mídia, na terminologia de Wolf (1995, p. 175), os “valores-

notícia” que compõem e definem a noticiabilidade dos acontecimentos pinçados do ‘mundo real’; levam à reflexão sobre a semelhança dos critérios de seleção e da forma como são veiculados (isto é, os gêneros sob os quais se apresentam) tanto os assuntos que se noticiam quanto os que são tema das obras ficcionais herdeiras do folhetim (como a telenovela).

Dentre esses critérios, a qualidade de visibilidade dos acontecimentos é especificada por Rodrigues (1993) através dos registros de *notabilidade* dos fatos, que lhes conferem o estatuto de *acontecimentos jornalísticos*. O registro do excesso, “emergência escandalosa de marcas excessivas do funcionamento normal dos corpos”, diz o autor (1993, p. 28), compreende “todas as figuras do cúmulo e da *hybris*¹ grega, da desmedida”.

Nos *espetáculos de realidade* é possível observar tais figuras no sujeito comum que se torna uma celebridade ao ultrapassar as tarefas de resistência física (empreitada por vezes escatológica) como as do programa televisivo *No Limite*, da Rede Globo, ou naquele que envida esforços intelectuais (conhecimentos gerais e memória), para responder às perguntas do *Show do Milhão*, de Sílvio Santos, do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT).

Cerimônias de acesso ao mundo dos célebres, estes acontecimentos ganham notabilidade na mídia por serem protagonizados por sujeitos que excedem a sua função normal — de receptores do espetáculo — alçando-se à sua produção em provas de méritos físicos, morais ou intelectuais, como nota Rodrigues (1993, p. 28), “à maneira dos rituais antigos de iniciação, ora afirmando o direito à admissão no círculo reservado dos heróis demiúrgicos, ora fazendo valer o direito à admiração e ao respeito dos outros”.

O registro da *falha*, que no dizer de Rodrigues (1993, p. 28) “procede por defeito, por insuficiência no funcionamento normal e regular dos corpos”, guarda relação direta com as inúmeras pegadinhas, em geral protagonizadas por crianças ou animais em situações que transitam entre a humilhação, a degradação e a

¹ *Hybris*, como registra o verbete do dicionário literário de Moisés (1974, p. 278), “designa o sentimento de exagerada autoconfiança, orgulho ou paixão, que incita os heróis da tragédia grega a se revoltarem contra as ordens divinas”.

crueldade, que, à guisa de acontecimentos cômicos, os telespectadores enviam às emissoras de televisão, para que se transformem em espetáculos de realidade.

Também apontam para falhas, desta vez das instituições, o jornal, a revista, o rádio ou a televisão, quando dão voz aos anônimos vitimizados por defeitos no funcionamento de escolas, do trânsito, de penitenciárias, de repartições públicas, no tipo de jornalismo recorrente nos dias de hoje, que ilustra seu noticiário, *ad nauseum*, com fontes populares, como se fato algum possa ser verossímil se não vier acompanhado do depoimento de pessoas do povo. E quanto mais humilde o depoente, melhor: mais grave será a falha denunciada, maior será o dolo do Poder, acusado através de seus múltiplos aparelhos — estatais ou institucionais.

A *inversão*, terceiro registro de notabilidade do acontecimento apontado por Rodrigues (1993, p. 28), compreende “todas as figuras da paródia que o destino, que o *heimarmene*² grego nos reserva”. A natureza mesma do espetáculo de realidade constitui uma inversão no funcionamento da mídia, pois que a produção do que nela é exibido estaria, normalmente, reservada aos profissionais do jornalismo ou do entretenimento e não à audiência, estrelas construídas pela visibilidade que obtêm, sem que sejam considerados seu talento ou competência profissional.

Daí, uma outra categoria de acontecimentos que este autor observa na atualidade: os “acontecimentos segundos” ou “meta-acontecimentos” que em si contêm toda a fonte, toda a urgência, toda a relevância, uma vez que, regidos pelas regras da enunciação, eles se constituem no simulacro dos registros de excesso, falha e inversão, inventariados pelo autor. Estes são a verdadeira matéria-prima de todo o *espetáculo de realidade*, porque emergem “na ordem da visibilidade simbólica da representação cênica” e “acontecem ao serem enunciados e pelo fato de serem enunciados”, ainda segundo Rodrigues (1993, p. 29-30).

Exatamente como os *acontecimentos* do cotidiano de um grupo de jovens anônimos, reunidos em uma casa para serem filmados pela Rede Globo, que faz desta transmissão um programa exibido para todo o país, sob o título *Big Brother*

² O *destino*, em grego.

Colóquio Internacional
Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 – www.tvrealidade.ufba.br

Brasil: ali, rigorosamente não acontece nada, no entanto é notícia que inclusive repercute em outros meios, na linguagem auto-referencial da comunicação massiva ou, recorrendo a Debord (1997 [1967], p. 20), no “discurso ininterrupto que a ordem atual faz a respeito de si mesma, seu monólogo laudatório”.

Mas, se no próprio *newsmaking* é possível distinguir critérios de seleção passíveis de identificação com certos ‘excessos’, ‘falhas’ ou ‘inversões’ que levaram ao surgimento de um gênero ‘de realidade’ (conceitualmente marcado pelo protagonismo); é preciso considerar, também, que os gêneros — os híbridos que a teoria da literatura reconhece funcionalmente como comunicacionais —, estabelecem um contato que inclui os emissores das mensagens e os sujeitos que as ‘recebem’, e nesse sentido podem ser pensados como um código ou uma estratégia de interação ou comunicabilidade. Como pondera Gomes (2003, p. 48):

Quando Orozco arrola a *mediação televisiva* ou *mediação videotecnológica*, ou seja, aquelas características específicas da televisão — sua programação, gêneros, publicidade, seu grau de representabilidade e verossimilhança, o próprio aparato eletrônico; quando Barbero estabelece a *competência cultural* como um campo onde se evidenciam os modos a partir dos quais a emissão televisiva já ativa, ela mesma, necessariamente — para que suas mensagens tenham evidência — as competências culturais inerentes à existência individual e social de cada um dos receptores e identifica nos *gêneros* os modos nos quais se fazem reconhecíveis e se organizam as competências comunicativas de emissores e receptores, assumindo-os explicitamente enquanto *estratégias de comunicabilidade* ou *estratégias de interação*; quando Morley, em seus trabalhos mais recentes, apoia-se numa teoria dos gêneros parece, se apresentar, nesses autores, momentos fecundos para um salto teórico-metodológico na direção de pensar o processo comunicativo como um todo, tanto na sua lógica de trocas de informações quanto na descrição do “aparato” (técnico, social) da comunicação.

Gomes (2003, p. 48-49) enfatiza que ponto principal do que dizem esses autores é a percepção dos modos pelos quais a esfera da emissão “já ativa, ela mesma, as competências culturais dos receptores”, permitindo, portanto, entender o processo comunicativo “não a partir das mensagens, mas a partir da *interação*”. Nessa acepção, os gêneros podem ser pensados não apenas como uma tática de produção, de escritura, mas também como estratégia de leitura, uma elaboração cultural que supõe uma reflexão sobre: “as *condições de uso da comunicação*, os

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - www.tvrealidade.ufba.br

contextos, as intenções dos falantes, as circunstâncias nas quais o sentido é produzido, sem privilegiar um dos pólos, mas a partir de uma análise do processo comunicativo”. Finalmente, ela apresenta a sua conceituação:

Os gêneros são formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos *media*. Em geral, os programas individualmente pertencem a um gênero particular, como o *melodrama* ou o *programa jornalístico*, na TV, e é a partir desse gênero que ele é socialmente reconhecido. Colocar a atenção nos *gêneros* implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero. Os gêneros funcionam como uma espécie de *manual de uso*.

O debate acadêmico, em busca do mapeamento e de definição atualizada dos gêneros e formatos utilizados nos diversos tipos de suportes comunicacionais, vem valendo-se de recursos como: a) localizar as particularidades de estruturas e formas discursivas, b) verificar as diferenças de condições de produção; e c) considerar as funções dos sujeitos articuladas às práticas de enunciação e de produção.

Alinhando-se aos esforços teóricos para classificar o que vem sendo conhecido por hibridização de gêneros e ressaltando as posições assumidas pelo Centro de Análise do Discurso (Charaudeau, Lochard e Soulages, dentre outros), Utard (2003, p. 65 e p. 76) indica “uma nova formação discursiva”, constituindo-se e instituindo-se através do *embaralhamento* das práticas de linguagem vigentes, como o jornalismo, a publicidade e o entretenimento, que dá lugar à transformação ou criação de novos gêneros discursivos, cujos atores podem ser os tradicionais produtores de conteúdos (jornalista, anunciante, apresentador, etc.) ou outros “mediadores”. Nesse sentido, ele rejeita concepções instrumentais que vêem os gêneros mais como artifícios para chamar a atenção dos receptores do que como contratos que ligam dois protagonistas em um processo de troca.

O receptor desenvolve uma atividade inferencial a partir dos índices textuais, peritextuais e paratextuais, deixados mais ou menos voluntariamente pelo emissor, e determina assim o pertencimento genérico do texto. Pode haver, então, discordância entre o gênero destinado e o gênero recebido: o *reality show* como espetáculo ou como reflexo do real, por exemplo. Sem entrar em detalhes das diferenças entre essas

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - www.tvrealidade.ufba.br

teorizações, pode-se considerar que elas esclarecem diferentemente a questão do embaralhamento ou da mistura de gêneros. Dentro da perspectiva contratual, ele é o resultado de um jogo da combinação de parâmetros que constituem um gênero: o objetivo e o conteúdo e/ou as propriedades formais do enunciado.

Por outro lado, para Eugênio Bucci (2004, p. 129), a natureza da “indústria cultural” é incompatível com a busca da “verdade factual”, pelo menos “tal qual ela foi sonhada e projetada pelos ideais do primeiro jornalismo surgido no calor das revoluções burguesas”. Sua idéia de hibridização de gêneros torna-se clara na análise do programa *Linha Direta*, da Rede Globo: de um lado, de caráter jornalístico, por ser uma narrativa de fatos empiricamente verificados como reais (além disso, apresentado por um jornalista, o que lhe confere maior credibilidade); e, de outro lado, utilizando recursos ficcionais, como os atores interpretando as reconstituições dos crimes. Tal composição provoca em Bucci (2004, p. 130) uma série de perguntas:

Pois então: aquilo funciona como uma forma de ficção que se apóia em acontecimentos reais (assimilados e simbolizados em processos criminais) ou aquilo é uma reportagem que, para ganhar mais poder de convencimento e mais "empatia" com o público faz concessões apenas narrativas às formas ficcionais? *Linha Direta* diz a verdade na linguagem da tragédia de circo ou é um novo formato de entretenimento no qual a verdade factual é apenas um tempero? *Linha Direta* é uma variante dos *reality shows* (que hoje assolam a televisão no mundo inteiro) com o objetivo de ajudar a polícia a achar suspeitos e foragidos ou é uma nova modalidade de entretenimento na qual os suspeitos e condenados da vida real, de carne e osso, que podem ser até denunciados anonimamente pelo telespectador, entram como um estimulante para apimentar o divertimento? A resposta é híbrida, como o próprio programa, que é de tudo isso.

Na sua interpretação, essa resposta combina uma questão ética que não se localiza meramente entre mentira e verdade, pois “o repórter que apresenta o programa não está, rigorosamente, mentindo”, e “o ator que interpreta um assassino ou sua vítima, com fundo musical e cores em alto contraste, também não está mentindo em seu realismo de delegacia” (de fato, está inserido na conceituação de verossimilhança cênica). Tampouco os casos são factualmente

questionáveis, no conjunto, porém, Bucci (2004, p. 131-132) considera que o programa “constitui uma falsificação”, porque traveste “a ordem democrática em ordem policial” e em razão das energias sociais das quais se nutre, nesse sentido efetivando uma espécie de “terrorismo simbólico”: “*Linha Direta* corresponde às demandas do público, que trafegam no registro do desejo e não no registro da opinião, da vontade ou da razão”.

Gomes (2004, p. 90), analisando o Jornal do SBT, também faz referência à fusão da reportagem com o entretenimento, registrando uma “hibridização jornalismo/show”, isto é, um tipo de jornalismo com enfoque em “curiosidades e *fait divers*”. Na sua percepção, os critérios de noticiabilidade do telejornal resumem-se no “caráter curioso e inusitado da vida humana”, o que configura um formato característico:

Todas as editorias aparecem reorganizadas como entretenimento e curiosidades, com dois enfoques majoritários: o cotidiano das grandes personalidades do mundo – governantes e celebridades - e o inusitado na vida de pessoas comuns. Assim é possível entender a cobertura de política ou de economia, sempre sob o enfoque personalizado dos homens de poder, e a cobertura de cultura e esporte como o que de mais curioso aconteceu no mundo.

Atendo-se aos *reality shows*, Duarte (2007)³ chama a atenção para o fato de que o mercado televisivo se efetiva em discursos e linguagens sobre os quais a “midiatização” — ou seja: “a convergência entre televisão, canais abertos e por assinatura, internet e telefone, atualizada hoje por programas como os *reality shows*” — vem operando uma reconfiguração que atua, em ritmo cada vez mais acelerado, tanto sobre as práticas discursivas e sociais como sobre a própria gramática televisiva.

Dessa “gramática” ela ressalta a “oferta de realidade ao espectador”, deixando claro que programas como os *reality shows* não operam com o real, o mundo natural ou factual, mas sim com a realidade intrínseca ao seu modo de enunciação, isto é, “a partir dos efeitos de sentido que produz no que concerne à

³ Gravação da palestra “Reflexão sobre os reality shows”, proferida pela autora em 29.09.2007, cujo arquivo encontra-se disponível no endereço: <http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/elizabeth.pdf>

sua função autoreferenciadora ou ficcional em relação à realidade”. Finalmente, Duarte (2007) pergunta: “e o que acontece com os *reality shows*?”, para concluir que tais programas oscilam entre dois planos de realidade: têm referências no mundo exterior, mas são *também ficção*.

Segundo Corner (2002, p. 255-268), o Big Brother poderia ser alinhado aos programas do tipo *game show*, mas, em função de alguns dos seus “ingredientes”; também seria apropriado classificá-lo na categoria dos *talk shows*, especialmente se consideradas as suas “novas variações de revelação e confronto”. Ele, no entanto, opta por trabalhar com a categoria “documentário” (no sentido de representação do real na tela), por conta da característica de “TV de realidade” do programa, que se propõe a “observar o que são modalidades verdadeiras de comportamentos”. Mas alerta que o documentário é uma espécie de projeto da modernidade, que desenvolveu “um verdadeiro zelo etnográfico na representação das diferentes formas de vida”. Porém, as atuais “realidades populares”, na sua “mistura de vigilância e exibição” com a atuação dos participantes interferindo no que era somente uma linha narrativa contínua, vêm se prestando a reorientar e repaginar o formato documentário.

Ligada aos *cultural studies* contemporâneos, Annette Hill (2007) prefere referir-se a um certo relaxamento nas regras do que vem a ser o factual. Para ela (2007, p. 3), “falar em ‘televisão factual’ já é uma maneira de fazer referência a uma variedade de gêneros, subgêneros e formatos híbridos, porque o termo ‘factual’ de imediato remete a conteúdos não-ficcionais”, geralmente não estabelecendo, por si, uma classificação.

Por isso, se os relatos aqui resumidos prestam conta, ainda que brevemente, do atual estado da questão relacionada aos gêneros midiáticos, eles são recuperados como balizas para a reflexão que se busca estabelecer em torno das novas formas de expressão que vêm sendo estabelecidas por grades cada vez mais compostas por programas “de realidade”, protagonizados por sujeitos comuns.

Assim, sem que se possa vislumbrar a perspectiva de algum consenso na definição gêneros, apresenta-se uma proposta para pensar sobre os *formatos* do

novo gênero midiático *espetáculo de realidade*, perpassando os gêneros e seus formatos instituídos, as categorias e os veículos, e sendo considerados como resultantes de variadas hibridizações entre características “factuais” e “ficcionalis”, aqui tomados essencialmente como produções que contam com o protagonismo de sujeitos emergentes das audiências.

Assim, gênero *espetáculo de realidade* e seus formatos são inseridos na *categoria* entretenimento e na *condição* híbrida, cuja característica comum é inverter o cabedal de documentação e legitimação inerente à categoria informativa — a presença de dados devidamente atribuídos a instituições ou pessoas autorizadas, de documentos e de depoimentos confrontados e contextualizados — para um tipo de documentação apenas embasada na fonte, o sujeito comum, que de fonte em alguns formatos passa a verdadeiro protagonista de outros.

CATEGORIA	GÊNERO	FORMATOS	CONDIÇÃO
ENTRETENIMENTO	ESPETÁCULO DE REALIDADE (PROTAGONIZADO POR SUJEITOS COMUNS)	<ul style="list-style-type: none"> • DECLARAÇÃO DE OPINIÃO (CARTAS DE LEITORES, ENQUETES INTERATIVAS, FONTES ‘POPULARES’) • DEPOIMENTO DE EXPERIÊNCIA PESSOAL (DEPOIMENTOS, DOCUDRAMAS, DIÁRIOS [BLOGS]) • JOGO DE REALIDADE (REALITY SHOW) 	HÍBRIDA (ASPECTOS FACTUAIS E FICCIONAIS)

Quadro 1

1) Formato de *declaração de opinião*: Aqui se destacam as *cartas de leitores* aos jornais, mas também muitas outras situações de participação opinativa de receptores na produção midiática, como os telefonemas atendendo a enquetes promovidas por todos os veículos ou quaisquer outras formas de participação que envolvam mais o aspecto de apreciação “racional” do que a narração “emocional” de vivências pessoais (que é contemplado no próximo formato a ser caracterizado). Incluem-se neste formato também aquelas participações em que “populares” são igualados a fontes de notícias e reportagens, sem que tenham qualquer especialidade que justifique tal *status*, a não ser demonstrar o caráter “interativo” do produto midiático, portanto inscrevendo-se mais como “palpites” do que como opiniões abalizadas. Se na categoria analítico-interpretativa é valorizada a

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 – www.tvrealidade.ufba.br

"expertise", a palavra do "especialista" que legitima o discurso midiático, e na categoria opinativa é o cabedal argumentativo do emissor que sustenta a força do texto, quando dados, documentos e depoimentos estão a serviço da força da retórica discursiva; no formato de *declaração de opinião* tais características hibridizam-se.

Também nesse formato podem ser incluídos outros exemplos (e outros meios/veículos), como os programas de rádio e de televisão que assistem a reivindicações de cidadania (de ruas não asfaltadas ao acesso à saúde), bem como as muitas sessões de jornais que diversificam a função que era reservada somente às *cartas*, com apelos como "o seu problema é nosso problema", do Diário Gaúcho. Há ainda uma avalanche de enquetes, como as "pesquisas interativas" do rádio e da televisão.

2) Formato de *depoimento de experiência pessoal*: Sob esta caracterização são incluídos os depoimentos propriamente ditos, como os classificou Melo (1994, p. 34): um "gênero" integrado ao "jornalismo diversional", que juntamente com as "histórias de interesse humano" estariam "naquela categoria de textos que, fincados no real, procuram dar uma aparência romanesca aos fatos e personagens captados pelo repórter". Definição que, considerada a presença do relato de um sujeito comum como emissor, insere o depoimento em um processo autoral compartilhado (e híbrido): o texto é do jornalista, mas o enredo é da personagem, ela a protagonista do acontecimento.

Um outro "atravessamento" que pode ser verificado no *depoimento de experiência pessoal* é o de veículo, pois nesse formato podem ser incluídos tanto os relatos tradicionalmente publicados em revistas "femininas" quanto aqueles apresentados em *blogs* e páginas pessoais da internet. De acordo com Bruno (2005, p. 55-56):

Dos *reality shows* televisivos aos *weblogs* e *fotologs* pessoais, notamos não apenas uma reordenação da esfera pública pelas tecnologias comunicacionais, mas uma crescente penetração da esfera privada na cena pública midiática. E a vida privada aí encenada não é aquela das celebridades, já conhecida do gosto público, mas aquela do indivíduo

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - www.tvrealidade.ufba.br

comum. Este é chamado a ocupar o outro lado da tela, a passar de consumidor de imagens a ator de sua própria vida e de seu próprio cotidiano, naquilo mesmo que ele tem de mais corriqueiro e ordinário. É como se o princípio de visibilidade, que já se sobrepôs ao princípio de realidade no âmbito mais amplo da cena pública, se estendesse às vidas e existências privadas, que passam a requerer a visibilidade como uma espécie de direito ou condição almejada de legitimação e reconhecimento.

Essa “vida privada encenada”, que ainda não se caracteriza como *reality show* por não se enquadrar nas regras desse formato (abaixo descritas), mas como *depoimento* de determinada *experiência pessoal*, em geral circunscrita a uma participação, também tem sido veiculada pela televisão, nos programas que segundo Aronchi de Souza (2004, p. 139-140) têm o grotesco e o bizarro como “ingredientes”, “levando à TV os mais variados desastres e conturbações: pessoas com doenças graves, deformações no corpo, brigas de família, crimes, abusos policiais...” Os exemplos citados são os programas apresentados por Márcia Goldschmidt, Carlos Massa (Ratinho) e o quadro “Rainha por um dia”, do programa de Sílvio Santos, que delegava ao auditório a escolha da história mais triste, para que sua protagonista fosse ‘coroadá’.

3) Formato *jogos de realidade*: Aqui imperam absolutos os *reality shows* televisivos, com modelo e regras próprias, que podem ser assim resumidos:

a) Sujeitos comuns (até aqui posicionados como *receptores*) respondem à chamada de determinada emissora de televisão, que está produzindo um *reality show*. Inscrevem-se, em geral, enviando gravações em vídeo, onde se oferecem para participar do programa, exibindo as razões pelas quais merecem ser selecionados. A produção do programa escolhe o grupo que será isolado do mundo exterior, por um período de tempo determinado, confinado em cenários como casas, barcos ou ilhas desertas. Este será o *palco* onde os participantes passarão a atuar, permanentemente diante de câmeras. Fragmentos do cotidiano dos participantes são exibidos diariamente pela emissora. No caso do Big Brother Brasil



(BBB), há canais (*pay per view*) que transmitem *full time* os acontecimentos (*cenar*) do programa. O sítio da emissora⁴ informa as regras do jogo:

O prêmio de R\$ 1 milhão do Big Brother Brasil é disputado por 14 participantes — sete homens e sete mulheres — que ficam confinados na casa, completamente isolados do mundo exterior, e têm todos os seus passos vigiados por câmeras, 24 horas. Os jogadores, que conseguem chegar à final, permanecem cerca de 78 dias no confinamento. Através dos monitores instalados dentro da casa, os concorrentes mantêm contato apenas com o apresentador Pedro Bial. Os BBs também podem receber a visita de convidados como artistas e apresentadores da Rede Globo. Durante esse tempo, o grupo está proibido de fazer ligações telefônicas, manter correspondência (por carta ou e-mail), assistir à televisão, ouvir rádio ou ler jornais e revistas. Em certas ocasiões da disputa, a produção do Big Brother Brasil pode permitir que os participantes assistam a programas de televisão (como o capítulo de uma novela ou um vídeo), telefonem para a família ou saiam da casa para determinadas atividades. O fim do confinamento está previsto para o dia 25 de março, data que pode sofrer alteração, quando os três finalistas que permanecem na casa disputam à grande final.

Aos não-selecionados, resta voltar ao anonimato ou à exposição de seus vídeos no programa *Nem Big, nem Brother*, do canal a cabo Multishow. É de Kehl (2004, p. 145) a observação sobre uma edição desse programa, exibido em novembro de 2003:

A padronização das imagens, da linguagem e das propostas me fez pensar que ali estava uma importante amostragem do Brasil. (...) Era o Brasil das prestações da casa própria, das salas exíguas mobiliadas com crediário das Casas Bahia, das colchas de chenile almofadas de cetim (...) O Brasil da “classe C” (...) O apresentador procurava inserir comentários engraçados entre os vídeos, mas o efeito do conjunto foi melancólico. Não pela monotonia dos cenários *prêt-à-porter* onde os candidatos escolheram se apresentar; nem pela *feiúra*, normal dos corpos e dos rostos que revelavam barriguinhas, celulites, pernas finas ou grossas demais, bíceps frouxos, pés de galinha, papadas, cabelos “ruins”. Afinal, eram corpos tão banais quanto o meu e o seu, leitor. Triste era o esforço vão de *glamourizar* as salinhas do conjugado, fazer o quarto modesto parecer uma alcova dos prazeres. Tristes eram as tentativas de imitar os corpos siliconados e malhados que se espera dos supostos vencedores da seleção do BBB - que agora tenho certeza de que não é cultural nem ética, é puramente genética. Os excluídos de *Nem Big, Nem Brother* revelam, na

⁴<http://bbb.globo.com/BBB8/Noticias/0,,MUL244713-9451,00-DE+OLHO+CONHECA+AS+REGRAS+DO+JOGO.html>, acesso em 02.01.2008.

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - www.tvrealidade.ufba.br

sua crua imperfeição, o padrão estético em que se espelha o Brasil colonizado pela televisão

b) O competidor do jogo de realidade protagoniza a si mesmo, mas espera-se que a *atuação* no confinamento seja condizente com a ‘verdadeira maneira de ser’ de cada um. O resultado é um híbrido entre ‘vida real’ (genuína) e ‘atuação’, na ambigüidade do desempenho simultâneo do próprio papel como pessoa (genuíno) e como *personagem* de um espetáculo (‘atuação’). Andacht (2003, p. 65), analisando os programas Big Brother Brasil e o uruguaio Gran Hermano (GH), concluiu: “Com base no que fazem e (menos) no que dizem na casa, é possível imaginar um personagem completo e interpretar uma continuidade narrativa onde está apenas sugerida”.

c) O convívio entre os participantes no confinamento normalmente leva a um *enredo* pontuado por brigas, parcerias e relacionamentos de natureza afetivo-sexual entre os (em geral, jovens) participantes. Enfim, há um tipo de interação que promove *cenar*, envolvendo erotismo, risos, lágrimas, gritos e estratégias de ação. O que imprime aos programas uma estética de *representação* calcada no real-naturalismo (escola que queria a ficção como um ‘retrato da realidade’), idêntica à utilizada nos processos narrativos das telenovelas. De acordo com Castro (2004):

[Sobre o Big Brother se pode dizer que] renovou o formato das telenovelas, apresentando um formato de programa onde se misturava ficção e realidade. A ficção é apresentada através da edição de imagens, fundo musical, formação de casais e final feliz. A realidade é mostrada através da apresentação de reportagens sobre a vida dos participantes, de suas famílias e povo e também através de entrevistas. Segundo os produtores do programa em Portugal, GH pode ser olhado como uma “telenovela da vida real”, porque não apresenta roteiro nem os concorrentes desenvolvem papéis que não seja a representação de si mesmos.

d) os programas contam com outras atuações, dentre elas a do apresentador, que desempenha funções que se assemelham a de um diretor de espetáculo ficcional, interferindo e por vezes conduzindo as tramas que caracterizam outra qualidade híbrida dos *reality shows* a identificá-los com os folhetins eletrônicos.

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - www.tvrealidade.ufba.br

e) os telespectadores (ainda sujeitos comuns) também participam dos programas, intervindo no desenrolar das “tramas” (escolhendo quem sai do *show*, como no Big Brother) e passando ao nível do formato *declaração de opinião*, quando de receptores eles são alçados à condição de interação que se dá por telefonemas atendidos por uma máquina que os mantém no anonimato, mas em uma posição que à semelhança dos espetáculos dos circos de gladiadores romanos oferece-lhes o poder de decisão sobre o destinos dos participantes do jogo.

Se a valorização das velhas histórias de interesse humano que hoje constituem um novo gênero — o *espetáculo de realidade* — consolidou-se como estética a partir do nascimento da indústria cultural, com folhetim e o *fait divers*, é justamente nos novos ‘recursos interativos’ da mídia da atualidade e na quebra de fronteiras dos gêneros que hoje se hibridizam ou embaralham nos formatos ‘de realidade’ que elas são revisitadas. As diferenças nas convenções do “ficcional” e do “não-ficcional” reduzem-se, literalmente, a recursos cujo objetivo é “capturar” as audiências, ainda que seja tornando-as protagonistas midiáticas.

Ao ‘tempo real’, que teve no rádio as suas primeiras manifestações, ligava-se o ‘contato real’, através das vozes efetivamente recebidas nos aparelhos dos ouvintes no momento de sua emissão. Mas, foi a transmissão sincronizada de imagens e sons, proporcionada pela tecnologia da televisão, introduzindo modos de enunciação, incluindo a proximidade visual de acontecimentos e pessoas, que ativou novas competências de interação entre os emissores e os receptores das produções que definitivamente ingressavam na era do espetáculo.

E o espetáculo, sob a lógica de sedução, de visibilidade máxima, de *voyeurismo* e de intimidade presumida do consumo, passou a ocupar espaços que anteriormente eram reservados à privacidade, afirmando-se como mediação entre as esferas pública e privada. A exacerbação dessa lógica, facilitada pelas novas formas de interação oferecidas por artefatos tecnológicos (telefones celulares, internet e câmaras de vídeo, por exemplo, muitas vezes sintetizadas em um aparelho ou conectadas simultaneamente), solicitou cada vez mais a participação

Colóquio Internacional Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 – www.tvrealidade.ufba.br

do sujeito comum: sem a sua adesão não haveria consumo, não haveria o espetáculo que se pretende vida.

Assim, os formatos “de realidade” parecem tornar-se a resposta ao que Melo (1994, p. 175) declarava estar restrito aos poucos recursos das *cartas de leitores*, enquanto não emergissem “soluções tecnológicas e políticas” que viabilizassem a participação do público nas “experiências jornalísticas”. Aí estão elas, “esgarçando” conceitos como objetividade e realidade, na junção de técnicas e atuações oriundas da ficção aos relatos midiáticos.

E o modo pessoal, familiar, fraterno, emocional de abordagem aos receptores espalha-se por todos os meios e veículos da mídia, consolidando-se esteticamente em torno do conceito de ‘interação’. É um modo de produção que interpela os sujeitos comuns como participantes do ‘show da vida’, convocando-os, entretanto, como consumidores. Dessa forma, fragilizam-se as distinções entre realidade e ficção, a factualidade passa ser relacionada à presença de sujeitos comuns e novos atores são incorporados ao espetáculo da mídia.

Referências bibliográficas

ANDACHT, Fernando. *El reality show: uma perspectiva analítica de la televisión*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2003.

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

BARTHES, Roland. *Ensaio crítico*. Lisboa: Edições 70, 1971.

BASTOS, Elisabeth. “Reflexões sobre os *reality shows*”. Palestra promovida pela Sociedade Brasileira de Psicanálise (International Psychoanalytical Association-IPA), evento “A Brasileira na Cultura”, Auditório da Livraria Cultura, Porto Alegre, 29 ago. 2007. Disponível em: <http://www.unicap.br/gtqpsmid/artigos/elizabeth.pdf>. Acesso em 12.09.2007.

BORELLI, Sílvia Helena Simões e MIRA, Maria Celeste. “Sons, imagens, sensações: radionovelas e telenovelas no Brasil”. *Intercom – Revista Brasileira de Comunicação*, vol. XIX, nº. 1, 1996, p. 33-57

BORELLI, Sílvia Helena Simões. *Ação, suspense, emoção: literatura e cultura de massa no Brasil*. São Paulo: Educ, 1996.

BRUNO, Fernanda. “Quem está olhando? Variações do público e do privado em *weblogs*, *fotologs* e *reality shows*”. *Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura*, Salvador, v. 3, n. 2, p. 53-70, 2005. Disponível em: http://www.contemporanea.poscom.ufba.br/pdfjan2006/contemporanea_n3v2_bruno.pdf. Acesso em 29.09.2006.

Colóquio Internacional
Televisão e Realidade

21 a 24 de outubro de 2008 - www.tvrealidade.ufba.br

- BUCCI, Eugênio. "Na TV, os cânones do jornalismo são anacrônicos." In BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- CAMPOS, Haroldo. "Ruptura dos Gêneros na Literatura Latino-americana", in MORENO, César Fernandez.(org.) *América latina em sua Literatura*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- CASTRO, Cosette. "Los *reality shows* y el futuro de la programación televisiva: el caso Big Brother en España, Portugal y Brasil". Revista Verso e Reverso. ano XVIII, nº. 39, 2004/2. Disponível em: <http://www.versoereverso.unisinos.br/index.php?e=3&s=9&a=29>. Acesso em: 30.09.2007
- CORNER, John. "Performing the real:documentary diversions". *Television New Media*, 2002; 3. p. 255-269.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 [1967].
- GOMES, Itania Maria. "Efeito e recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os *media*". In GOMES, Itania Maria e SOUZA, Maria Carmem Jacob. (org.), *Media e Cultura*. Salvador: EDUFBA, 2003.
- HILL, Annette. *Restyling factual TV*. New York: Routledge, 2007.
- KEHL, Maria Rita. "Visibilidade e espetáculo". In BUCCI, Eugênio e KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004. p. 141-161.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997 [1987].
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. "Secularizacion, desencanto y reencantamiento massmediático". *Revista Diálogos de la Comunicación*, 41, 1995. p. 71-81
- MELO José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes,1994.
- MEYER, Marlyse. *O folhetim: uma história*. São Paulo: Cia. das Letras, 1996.
- MOISÉS, Massaud. *A criação literária - Introdução à problemática da literatura*. São Paulo: Melhoramentos, 1977.
- MOISÉS, Massaud. *Dicionário de termos literários*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- RODRIGUES, Adriano. "O acontecimento". In TRAQUINA, Néelson. *Jornalismo, questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- SODRÉ, Muniz. *Teoria da literatura de massa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.
- UTARD, Jean Michel. "O embaralhamento nos gêneros midiáticos: gêneros de discurso como conceito interdisciplinar para o estudo das transformações da informação midiática". *Comunicação e espaço público*. Brasília, UnB, Ano IV, nº. 1 e 2, 2003. Disponível em: http://www.unb.br/fac/posgraduacao/revista2003/04_utard.pdf. Acesso em 29.05.2007.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1985.