

Cadernos de Comunicação (v.16, n.1, Jan-Jun 2012)

SIMULAÇÃO E SIMULACRO: A REALIDADE DO BIG BROTHER BRASIL

Marcelo da Silva Rocha, Luciano Costa

SIMULAÇÃO E SIMULACRO: A REALIDADE DO BIG BROTHER BRASIL

Resumo:

O gênero reality shows nos faz questionar sobre como a realidade se apresenta neste contexto televisual híbrido. Neste trabalho, analisa-se o Big Brother Brasil e a promessa de realidade do programa, apresentando um questionamento sobre o que é realidade, relacionando-se com os conceitos de cópia e simulacro, de Platão, às ideias de simulação, simulacro e hiper-realidade de Jean Baudrillard

Palavras chave: Realidade; Simulação; Simulacro; Reality show

SIMULACIÓN Y SIMULACRO: LA REALIDAD DEL BIG BROTHER BRASIL

Resumen:

El género reality shows nos hace preguntarnos acerca de como la realidad se presenta en el contexto de este híbrido televisivo. En este trabajo se analiza el Big Brother Brasil y la promesa de la realidad del programa, la presentación de una pregunta acerca de qué es la realidad, en relación con los conceptos de la copia y la imitación de Platón, las ideas de la simulación, simulacro y la hiperrealidad de Jean Baudrillard

Palabras Clave: Realidad; Simulación; Simulacro; Reality Show

SIMULATION AND SIMULACRA: THE REALITY OF BIG BROTHER BRASIL

Abstract:

The reality show's genre makes us wonder about how the reality presents itself in this context televisual hybrid. In this paper, we analyze the Big Brother Brasil and the promise of reality of the program, presenting a question about what is reality, relating to the concepts of copying and imitation of Plato, to ideas of simulation, simulacrum and hyper reality of Jean Baudrillard.

Keywords: Reality; Simulation; Simulacrum; Reality Show

1 INTRODUÇÃO

A capacidade de agregar o real e o irreal, criando um espaço híbrido, transformam a televisão em um dos principais objetos da comunicação. A mídia televisiva assume formas concretas e abstratas e refletem o contexto cultural de uma sociedade e também o poder do meio para representar e distorcer o real. Os debates sobre a representação da realidade na televisão vão ao encontro de um gênero tão híbrido quanto polêmico, os *reality shows* acendem a discussão sobre a representação da realidade na televisão, constantemente transgredida.

A compreensão do tempo e a manipulação de imagens visuais (edição), muitas vezes promulgam uma história na qual a narrativa “transformadora” constitui um elemento crucial para o gênero. Na cultura em que vivemos, os *reality shows* se apropriam do espaço limiar entre realidade e ficção e permitem narrativas que transformam o nosso olhar sobre esta produção.

O advento desta contemporaneidade, que por opção chamamos aqui de pós-modernidade, ou mesmo modernidade tardia, traz reflexões profundas sobre a realidade nos seus mais variados aspectos. A pós-modernidade nega as verdades universais, neste momento a busca por um novo mundo se transforma em questionamentos para um novo olhar deste mundo. Nesta nova concepção, onde os fenômenos comunicacionais e midiáticos diluem o real, acentua-se uma cultura onde cada vez há mais informação e menos sentido.

Muito se discute sobre a construção discursiva dos gêneros televisivos tradicionais, todavia, ainda há poucos estudos e bibliografia sobre este novo modo, que se configura hoje como um produto híbrido que mistura realidade, telenovela, documentário, programa de auditório, *talk show* e concurso de popularidade. Os *Reality shows* se firmam no imaginário social como um espaço de transformação. Com a inclusão de pessoas comuns, o programa é percebido como uma maneira simples e rápida de ascensão onde a audiência tem o poder de fornecer aos indivíduos participantes o *status* de celebridade. A “espetacularização da vida íntima” (JAGUARIBE, 2007: 152) e a procura por produções e imagens que retratem a vida real corroboram para esta reflexão, visto que ex-participantes de *realities* participam de diversos outros programas de entretenimento, sendo recobertos por revistas, sites e *blogs* especializados.

Essa exacerbação da individualidade e do privado adquire potencialidade porque se nutre de um vasto repertório ficcional disponibilizado por romances, filmes, seriados televisivos e programas de auditório. Tornou-se um lugar-comum assinalar como na modernidade tardia as fronteiras entre o real e o ficcional se esvaem, na medida em que assimilamos imaginários ficcionais para tecer as narrativas do nosso próprio cotidiano (JAGUARIBE, 2007, p. 154).

Vivemos um momento de ascensão do gênero. Todas as emissoras comerciais de sinal aberto brasileiras exibem, ou já exibiram, ao menos uma produção deste gênero. Há dez anos o Brasil acompanha um programa mundialmente conhecido e reconhecido como sinônimo do gênero. O Big Brother Brasil carrega, durante todos estes anos, o sucesso de audiência e as duras críticas ao que exhibe: a convivência reclusa de desconhecidos em busca de fama e dinheiro.

Com um olhar sociológico, considerando a objetividade e a subjetividade da realidade, o presente trabalho parte de um questionamento sobre o que é “realidade”. Buscou-se em Platão a definição e como ela se configura, passando pelos conceitos de mimese e representação. Levando em conta o período contemporâneo, indispensável para nossa análise, buscou-se em Jean Baudrillard a teoria que fundamentou toda a pesquisa. Os conceitos de simulação, simulacro e hiper-realidade norteiam nosso pensamento em busca de uma resposta sobre o gênero *reality show*. São nas teorias do autor, também, que a metodologia de análise se sustenta.

Os pressupostos teóricos do presente trabalho buscam articular os conceitos de representação, simulação e simulacros nos *reality shows*. Objetivando o resgate de pesquisas, estudos e conceitos que deem suporte a análise e a compreensão deste gênero, procura-se analisar a representação da realidade construída no interior do Big Brother Brasil e examinar as estratégias do programa.

2 DEBATES EPISTEMOLÓGICOS: REALIDADE, REPRESENTAÇÃO, SIMULAÇÃO E SIMULACRO

O conteúdo veiculado na televisão pode ser entendido como representação de uma realidade? A programação jornalística e de entretenimento apresenta a realidade ao não exibir os acontecimentos na íntegra? Afinal, o que é a realidade? Berger e Luckmann (1985, p. 11) nos apresentam três diferentes olhares para refletir a realidade: o filosófico, o sociológico e o do senso comum. A filosofia questiona a realidade, estabelece a distinção entre o que é válido e inválido sobre o que é o real, como este real se constitui e de que forma o conhecemos. O senso comum não reflete e não questiona, para ele a realidade é dada como certa.

Cabe discutir neste trabalho o viés sociológico, sendo a realidade “ao mesmo tempo objetiva e subjetiva” (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 173), considera o real uma construção social e investiga a realidade pela sua relatividade social. Neste ponto de vista, portanto, define-se realidade como uma “qualidade pertencente a fenômenos que reconhecemos terem um ser independente de nossa própria volição” (BERGER, LUCKMANN, 1985, p. 11).

A realidade sendo uma construção social se relaciona com o conceito

de representação, a imagem, o simulacro. Descartes *apud* Landim (1992) nos traz a ideia moderna de que a imagem não é um modelo ou cópia, e sim uma representação mental de uma realidade que existe anterior ao pensamento. A realidade que concebemos é somente uma representação, “representar significa ser o representante ou o substituto de uma realidade na consciência, (...) significa ser o representante ou substituto de uma realidade na consciência” (LANDIM, 1992, p. 61).

A concepção de “representação” que se busca discutir neste trabalho diz respeito à perspectiva preconizada por Lima (2004) que ressalta as características fundamentais desse complexo conceito, que:

De um lado, “representação” pode referir-se apenas à existência de uma realidade externa aos meios através dos quais ela (realidade) é representada (teoria mimética). De outro, representação pode referir-se não só a uma realidade refletida, mimética, mas também constituição desta mesma realidade. (LIMA, 2004, p. 13)

Considerando que a discussão sobre representação e realidade nos remete à teoria mimética, parte-se de Platão e Aristóteles para compreendermos a noção de representação como mimese e da realidade nesta contemporaneidade.

Mimese, do grego *mímesis*, é a ação ou efeito de imitar, mimese exprime cópia, reprodução ou representação da natureza. A palavra surge pela primeira vez com Platão, no livro “X da República”, expondo o ideal do real e os graus da realidade. Platão expõe que o real é o ideal, se aproximando da verdade e da essência, e considerando três graus da realidade: a criada por Deus, “o criador natural”; a criada pelo artífice e a criada pelo artista, o imitador. (MOISÉS, 1974, p. 335).

Para o filósofo grego, o que é real é a ideia, existente apenas no mundo da razão. Se se diz que um livro é real, estamos equivocados, pois o que é real é a ideia de livro. Na perspectiva platônica, as coisas do mundo aparente não são reais, são formadas por aparências, cópias imperfeitas da realidade imutável. (POLYDORO, 2010, p. 21).

Para o filósofo, as manifestações artísticas são uma forma de imitar o mundo e, deste modo, longe da verdade autêntica do mundo perfeito e eterno, a divina.

De onde Platão inferir que ‘a imitação está, portando, longe do verdadeiro, e se ela modela todos os objetos, é, segundo parece, porque toca apenas uma pequena parte de cada um, a qual não é, aliás, senão uma sombra’. Assim, na metafísica de Platão não tem cabimento a mimese, visto nos oferecer uma imagem da realidade de segunda, da sombra, nunca da realidade autêntica. (MOISÉS, 1974, p. 336)

Na filosofia de Aristóteles, a arte também é entendida como mimese, mas para ele, ela impõe-se principalmente como noção estética e fundamental para a discussão sobre as artes. “A epopéia, a poesia trágica e também a comédia, a poesia ditirâmbica, todas se enquadram nas artes de imitação” (ARISTÓTELES, 1985, p. 293).

Em suma, “os imitadores imitam homens que praticam alguma ação, ou seja, ‘imitam caracteres, afetos e ações’: ethos, pathos, práxis” (MOISÉS, 1974, p. 336)

A mimese pode ser entendida não somente como um fenômeno característico da arte, pois toda atividade humana compreende procedimentos miméticos como o aprendizado das línguas, a dança, os esportes, os rituais religiosos entre outros. Por tudo isso, Aristóteles define o homem como um animal mimético. Conforme Capaverde (2007):

“Aristóteles também entendia a arte como imitação da realidade, porém não atribuiu a esse fato um valor tão pejorativo. Para ele, a obra possuía valor estético, e o significado de imitação passa a ser o de “possíveis interpretações do real”. A Poética é o primeiro tratado sistemático sobre o discurso literário. A imitação, como atividade essencialmente humana, marcou as manifestações artísticas e foi definida por Aristóteles como sendo “modos de representação”. (CAPAVERDE, 2007, p. 147)

Real, para Platão, é o que é. É a verdade, a essência, a ideia primeira, inalterável, inabalável e imutável. O real é algo que se descobre, e para atingi-lo o homem só é capaz através da razão. A mimese, imitação, cópia, é revelar algo que já existe.

Na teoria platônica, sendo a realidade a ideia, o que temos acesso no mundo fenomênico, material, são apenas cópias e simulacros. A cópia imita a ideia (a forma ideal, divina, imita o que há de mais essencial) e o simulacro imita a cópia (a aparência, o que parece ser, mas não é). O simulacro, por imitar a aparência, ilude.

Vários teóricos contemporâneos recuperam os conceitos de realidade e representação. Cópia e simulacro encontrarão eco nas teorias de Jean Baudrillard, que relaciona a ideia com os conceitos de simulação e simulacro.

As discussões sobre representação ganham espaço no debate sobre pós-modernidade e o que entendemos como realidade. Para Baudrillard (1996, p. 96) o real moderno deixa de existir em si e passa a ser “aquilo de que é possível dar uma reprodução equivalente”. Nesta contemporaneidade tornou-se impossível distinguir o real da representação.

Na pós-modernidade, a realidade é vista como um produto cultural e es-

tético. Em um contemporâneo pós-moderno, a própria cultura se tornou um produto. Eagleton (2005) nos traz o conceito de um sujeito pós-moderno:

“Pós-moderno” quer dizer, aproximadamente, o movimento do pensamento contemporâneo que rejeita totalidades, valores universais, grandes narrativas históricas, sólidos fundamentos para a existência humana e a possibilidade de conhecimento objetivo. O pós-modernismo é cético a respeito da verdade, unidade e progresso, opõe-se ao que vê como elitismo na cultura, tende ao relativismo cultural e celebra o pluralismo, a descontinuidade e a heterogeneidade. (EAGLETON, 2005, p.27)

Jameson (2006) observa o mundo pós-moderno como reflexo de mais uma modificação sistêmica de todo o capitalismo. Este contemporâneo pós-industrial ou era da globalização, ou ainda, capitalismo tardio já nos dá indícios da liquidez das ideias sobre o nosso atual período¹:

Pode ser que o pós-modernismo, a consciência pós-moderna acabe sendo não muito mais do que a teorização de sua própria condição de possibilidade, o que consiste, primordialmente, em uma mera enumeração de mudanças e modificações. O modernismo também se preocupava compulsivamente com o Novo e buscava captar sua emergência (...) O pós-moderno, entretanto, busca rupturas, busca eventos em vez de novos mundos, busca o instante revelador depois do qual nada mais foi o mesmo, busca um ‘quando tudo mudou’ como propõe Gibson, ou melhor, busca os deslocamentos e mudanças irrevogáveis na representação dos objetos e do modo como eles mudam. (JAMESON, 2006, p. 13).

Debord (1997) critica, via instância midiática, o capitalismo e seus produtos midiáticos quando reflete que uma das características mais marcantes de nossa atualidade é a substituição da experiência direta do mundo pela produção de simulacros. Assim, a realidade vivida estaria materialmente invadida pela contemplação do espetáculo.

No livro “Simulacros e Simulação”, de 1981, Baudrillard defende a teoria de que na pós-modernidade os símbolos têm mais importância e mais eficácia

¹O mundo pós-moderno (LIMA, 2004) nega a existência de qualquer verdade universal e questiona toda cosmovisão. Em vários campos, ele busca rupturas constantes e eventos em vez de novos mundos. Na cultura, admite a mistura de gêneros e a emancipação do popular; Na educação, o discurso tem uma atitude inter e transdisciplinar, além de criticar o ensino cientificista; Na filosofia, aparece a oposição à tradição essencialista, antecipada na filosofia de Nietzsche; Na epistemologia, o sujeito pós-moderno desconfia dos grandes sistemas teóricos de inspiração religiosa; e na política, a ação pós-moderna descrê da atuação política tradicional (os partidos políticos, sindicatos, representantes) e prefere atuar por meio de ações voluntárias em atos mais ou menos espontâneos.

do que a própria realidade. Nesta situação, surgem os simulacros, simulações imperfeitas do real, que fascinam o espectador muito mais que o próprio objeto reproduzido.

A simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real. (BAUDRILLARD, 1991, p. 8)

Baudrillard sustenta que a verdade foi substituída por simulacros e, a partir disso, foi perdido o sentido das coisas. A avidez por signos do real e do natural na pós-modernidade leva os indivíduos ao contato direto com simulacros puros, ou seja, signos que se afastaram dos referentes. Simulacros são signos sem vínculos com o real, auto-produzidos.

Simulacro é o produto da simulação. A simulação da realidade, a cópia da ideia, não é a verdade nem falso, vivemos em um mundo simulado onde as margens da realidade e da irrealidade se esvaem. O real e o ficcional ocupam o mesmo lugar. O conjunto de signos produzidos pela simulação, portanto, não originam-se da cópia das ideias, e sim da cópia da cópia. Simulacros são signos sem vínculos com o real, auto-produzidos. Se a ação é uma simulação, o resultado é um simulacro.

O autor retoma o conceito de simulacro de Platão e o leva para uma imagem que inventa a realidade. Para ele, a imagem possui fases sucessivas:

Ela é reflexo de uma realidade profunda; Ela mascara e deforma uma realidade profunda; Ela mascara a ausência de realidade profunda; Ela não tem relação com qualquer realidade: Ela é o seu próprio simulacro puro. (BAUDRILLARD, 1991, p.13)

Para Platão, a cópia imita a ideia (o verdadeiro real), e o simulacro imita a cópia. Simulacro, a cópia da cópia, evita um contato direto com sua fonte e razão conceitual: a própria realidade. “Os simulacros são experiências, formas, códigos, digitalidades e objetos sem referência que se apresentam mais reais do que a própria realidade, ou seja, são “hiper-reais” (SIQUEIRA, 2007).

Baudrillard, no capítulo “A Precessão dos Simulacros” aborda a tese do hiper-real e suas conseqüências na perda do referencial por parte da humanidade, através de modelos, de uma realidade sem origem nela mesma, uma realidade experimental.

Baudrillard (2002) afirma que “toda a nossa realidade tornou-se experimental” (2002, p.7), a realidade na qual vivíamos deixou de existir, hoje, vemos a representação, a simulação da realidade (1996), difundida pela mídia na sociedade pós-moderna. Um real mais real que o real, uma hiper-realidade. Para o pensador, a realidade modificou-se tão intensamente que na pós-modernidade ela merece uma nova terminologia.

Conforme Polydoro (2010, p. 50), Baudrillard, ao afirmar que na era da simulação o real se tornou hiper-real, o sociólogo é influenciado pela concepção de Nietzsche de que a noção de realidade modifica-se conforme o período em que se vive. Nietzsche apud Polydoro (2010) expõe que “a realidade é inventada, é criação, fruto de um ponto de vista, de uma perspectiva”.

Baudrillard exemplifica a realidade experimental com o *reality show* Big Brother, uma “ilusão midiática do real ao vivo” (2002, p. 7). Para ele, a reclusão voluntária dos participantes funciona como um laboratório de uma convivência sintética, de uma socialidade telegeneticamente modificada (ibidem).

Baudrillard (1996, p. 96) considera a realidade na pós-modernidade como “aquilo de que é possível dar uma reprodução equivalente”. O autor, embora não assuma ser um pensador pós-moderno, produz uma crítica densa e cética diante de diversos objetos, rejeitando ser reconhecido por este conjunto de ideais. Um perfil que, segundo Eagleton (2005), é caracteristicamente pós-moderno.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As reflexões teóricas apreendidas até então serviram de base para a proposta de análise desta pesquisa. A escolha do *reality show* Big Brother Brasil não é por acaso, Baudrillard (2001, p. 9) nos instrui a dialogar com os objetos, observar o sistema de signos nos transmitem e a sintaxe que elaboram. A representação da realidade nos *reality shows* nos traz questionamentos dos quais podemos refletir e compreender a pós-modernidade e o papel da televisão neste contexto e as conseqüências que nos remetem a um mundo menos real do que se pode fazer crer.

Para a realização desta pesquisa foram apresentadas as ideias fundantes dos conceitos sobre realidade, simulação, simulacro e hiper-realidade baseados principalmente pelos escritos de Platão e pelas teorias e análises de Jean Baudrillard.

Para a análise do programa Big Brother Brasil 11 elencou-se duas categorias a partir dos conceitos da teoria de Baudrillard: simulação e simulacro. Estas categorias de análise foram recuperadas do trabalho de Polydoro (2010) onde se seleciona uma amostra e observa-se sistematicamente o corpus do trabalho, afim de confrontar as situações conectadas às categorias. Os dois conceitos tratam da compreensão da realidade neste período contemporâneo e de que modo este real é ou pode ser apresentado (POLYDORO, 2010, p. 65). Os conceitos elencados nos ajudarão a dar conta da problemática da pesquisa: *Como a realidade é representada no interior do Big Brother Brasil?*

No decorrer do segundo capítulo foram definidos os conceitos das categorias de análise, mas para uma maior clareza, em virtude da não linearidade das ideias de Jean Baudrillard e também da falta de uma definição precisa, se-

gue abaixo uma síntese dos conceitos, recuperados das leituras das obras do autor.

Simulação: Recupera o conceito de mimese de Platão. É a ação produtora de simulacros. É a cópia, imitação da forma ideal. Parte verdadeira e parte realidade, pois real e verdadeiro são as ideias. Não é falso nem verdadeiro, está no limite da realidade e da irrealidade, do real e do ficcional. Da simulação originam-se simulacros. Simular é fingir o que não se tem.

Simulacro: Origina-se da simulação, da aparência. A cópia da cópia. Para Baudrillard, o mundo em que vivemos foi substituído por um mundo-cópia, no qual vivemos cercados por simulacros. Simulacros são signos sem vínculos com o real, auto-produzidos. São objetos sem referência que se apresentam mais reais que a realidade. Se a ação é uma simulação, o resultado é um simulacro. Assim, quaisquer distinções entre o real e o irreal torna-se impossível. Da simulação e dos simulacros origina-se a hiper-realidade.

No presente trabalho, descreveu-se um percurso histórico dos gêneros televisivos desde os formatos tradicionais do rádio até a explosão de programas onde a principal atração são pessoas reais e seu cotidiano, elencando os reality shows mais famosos do Brasil e do mundo. Posteriormente descreveu-se o programa Big Brother Brasil, e suas características mais marcantes. Analisaram-se as principais peculiaridades do programa bem como regras e provas, além dos discursos de eliminação (da primeira semana, da nona e da última) do apresentador Pedro Bial. As regras do programa foram elencadas e reunidas para nos dar suporte quanto à problemática da pesquisa. Os discursos foram selecionados para se ter a dimensão da interferência do apresentador na realidade da casa, por entender ser ele o único contato dos participantes fora do programa, nas transmissões ao vivo, na sala de estar e no confessionário.

As conclusões a que o trabalho chega são resultados de um julgamento experimental que o próprio objeto proporciona. Após a leitura das obras de Baudrillard, conclui-se que abordar racional e objetivamente os reality shows não dá conta dos questionamentos ao quais os submetemos. A objetividade dos métodos científicos se contrapõe a visão cética e pós-moderna do sociólogo francês.

4 RESULTADO DE ANÁLISE

O programa Big Brother Brasil, ao isolar um grupo de pessoas dentro de uma casa vigiada 24h por dia com o objetivo de ganhar o prêmio de 1,5 milhão, é literalmente, uma simulação. A simulação de convivência presente no reality anula a pressuposição de um convívio real e verdadeiramente natural.

Pode-se observar dois padrões para a escolha dos participantes. O primeiro é a escolha de jovens, quase todos eles magros, bonitos e malhados, evidenciando o mais belo e precioso objeto de consumo: o corpo (BAUDRILLARD,

2010, p. 168) e desvelando uma particularidade voyeurista do programa. As mulheres são lindas, magras e com seios avantajados, os homens viris, atléticos e musculosos; simulacros de uma “beleza brasileira”, onde todo o país compartilha de características sensuais e sexuais. O segundo padrão é a escolha de perfis que fujam do estereótipo do primeiro, é a inserção de indivíduos que façam um contraponto com os demais e, portanto, oponentes com grande potencial. Em todas as edições do programa houve ao menos um perfil que se destacava: ou era um participante de meia-idade e até idoso, ou homossexual, ou transexual. Porém, sempre em menor número.

Os participantes também contribuem para esta aura simulada do Big Brother Brasil. Primeiramente porque estão situados em um recorte da sua realidade, dentro do programa cada um adquire a personalidade que escolher e quiser representar. Além disso, depois de várias edições torna-se fácil saber quais as características do participante geram repercussão, aprovação e desaprovação do público. Em 11 edições do programa é perceptível o comportamento de participantes de uma edição e outra que se repetem. O Big Brother Brasil 11 é uma simulação de outras edições.

Baudrillard (2002) afirma que o programa se transformou em uma telenovela, parecida com os programas de auditório de grande audiência. A audiência dos *reality shows* aumentou pela própria concorrência dos veículos, o que levou o formato a difundir-se por si mesmo. Kehl (2004) analisa o fenômeno de audiência do programa e o interesse dos espectadores:

Parece que o público que prefere o Big Brother não quer ser iludido com a vida água com açúcar das novelas. Engano. O que o público está pedindo é para se iludir melhor. (KEHL, 2004, p. 171).

Kehl salienta que os *reality shows* são a forma mais eficiente de ilusão que a televisão já produziu, pois vendem aos espectadores um retrato fiel da vida amesquinhada pelas leis de mercado, eles “vendem a imagem da selva em que a concorrência transforma as relações humanas, só que elevados ao estatuto de espetáculo”. (KEHL, 2004, p. 171)

O caráter “escapista” do programa – gente e jovem e bonita vivendo dias de ócio em uma casa cinematográfica etc. – é muito menos determinante para sua popularidade do que o teor das aflições não nomeadas, das quais ainda mal nos apercebemos que o *reality show* mobiliza. (KEHL, 2004, p. 173)

Qual interesse do público nos *reality shows*? Baudrillard nos responde que é a curiosidade vertiginosa, quase confundida com voyeurismo, sem muito de sexual. É uma “curiosidade visceral, orgânica, endoscópica” (BAUDRILLARD, 2002). As pessoas “desejam o espetáculo da banalidade, que é a verdadeira pornografia de hoje, a verdadeira obscenidade – a da mediocridade, da insigni-

ficância e da superficialidade” (ibidem).

O espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como uma parte da sociedade, ele é expressamente o setor que concentra todo o olhar e toda a consciência. Pelo fato desse setor estar separado, ele é o lugar do olhar iludido e da falsa consciência; a unificação que realiza é tão-somente a linguagem oficial da separação generalizada. (DEBORD, 1997, p. 14)

Os simulacros de realidade criados no programa através das provas e regras corroboram para atmosfera de uma realidade mimética. Propõe-se a construir uma realidade baseada no confinamento controlado e monitorado, onde os acontecimentos são artificialmente construídos no interior do próprio discurso midiático.

Os participantes também podem ser entendidos como simulacros. Sob o estereótipo que comprovadamente (pela audiência e pela repercussão das edições anteriores) fazem sucesso, há sempre o integrante mais carismático, o ranzinza, o apaixonado. Algumas atitudes são perceptivelmente falsas. O carismático faz piada de tudo e sempre está fazendo brincadeiras. O ranzinza reclama de tudo e sempre está brigando. O apaixonado arranja um par na primeira festa e se empenha para que o relacionamento dure dentro de casa. Clichês repetidos exaustivamente há dez anos e que parecem ser a fórmula do sucesso dentro do programa, a fórmula da hiper-realidade do programa.

Em uma perspectiva real, os participantes não parecem “comuns” (como é prometido pelo programa). Vários deles galgam um futuro artístico. Parte deles já desempenham profissões afins.

Em outras produções midiáticas realistas, sobretudo do cinema e da televisão, comumente o efeito de real é obtido por meio de representações hiper-naturalistas, mais naturais que o natural, mais reais do que o real. No Big Brother, não: o real – pretensamente real em direto – é belo, asséptico, maquiado, bem vestido, bem torneado. Não parece real. (POLYDORO, 2010, p. 119).

Outro fato que corrobora a ideia hiper-realista do programa é a edição. Os assinantes do provedor Globo.com e de TV por assinatura (pay-per-view) tem acesso à imagens da casa 24h por dia, ao vivo. Mas o que chega ao grande público pela Rede Globo são os programas de curta duração que apresentam uma versão resumida dos acontecimentos da casa, selecionadas subjetivamente (para o telespectador, que não tem acesso à edição, os critérios de seleção dos editores parecem subjetivos), cenas editadas com técnicas de ficção, a qual a emissora tem grande tradição. Segundo Baudrillard (1991) ao mediar o vivido, a mídia elimina a realidade.

A edição do programa transparece a realidade simulada e hiper-real do

Big Brother Brasil ao exibir imagens que ocupam um espaço limiar entre a realidade, a espontaneidade dos acontecimentos e a ilusão criada pelas regras para se esboçar uma narrativa para o programa, ou seja, a sua ficcionalização. Nos últimos anos, antes de cada eliminação é exibida uma charge animada do chargista Maurício Ricardo sobre a rotina da casa. O caráter cômico também é percebível no quadro *Strano Amore*, uma sátira de novela mexicana onde os participantes do Big Brother Brasil são dublados, construindo uma trama fictícia das aventuras amorosas da participante Maria.

Se a promessa do programa é o real ao vivo, as imagens editadas contradizem esta promessa. Conforme Polydoro (2010) o uso de signos ficcionais leva o objeto em direção à ficção e o hiper-real rumo à ilusão. Segundo Baudrillard apud Polydoro (2010, p. 131) “diante do mais real do que o real, opõe-se o mais falso do que o falso”, ou seja, o real prometido transforma-se em ficção. Esse lapso tem características pós-modernas, pois, segundo Feuerbach apud Debord (1997, p. 13) “o nosso tempo prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser... ele considera que a ilusão é sagrada, e a verdade é profana”.

O programa, simulação de si mesmo, exhibe ações e clichês já apresentados em outras edições. A exclusão do participante que menos interage, a indicação ao paredão aos “mais fortes” e principalmente a indicação mútua dos que não possuem “afinidade”. A realidade exibida no programa, nesta perspectiva, é criada, é o fruto de um ponto de vista. Este padrão não só se repete no Big Brother Brasil e nos *reality shows* como também em outras produções televisivas comuns. Debord (1997) nos apresenta que em um “mundo *realmente invertido*, a verdade é um momento do que é falso”.

O Big Brother para Jean Baudrillard é o espelho da superficialidade, “uma banalidade sintética fabricada em circuito fechado e com painel de controle”. O autor compara o programa à Disneyland, pois ambos dão a ilusão de um mundo real, externo, sendo que os dois correspondem exatamente à imagem um do outro.

As regras do programa transparecem o poder de controle sobre os participantes. A simulação de uma convivência real é comprovada separação em grupos, pela incitação à conflitos pela divisão de casas, pela sedução da liderança, pelo medo da eliminação e pelas provas que interferem e roteirizam este real. Baudrillard (1985, p. 42) a atmosfera criada pela simulação, a hiper-realidade, põe fim ao sistema do real, “põe fim ao real como referencial ao exaltá-lo como modelo”.

5 CONSIDERAÇÕES

O presente trabalho pretendeu, através da recuperação teórica, da descrição do reality show Big Brother Brasil e pela análise do programa, traçar ra-

ciocínio linear sobre os conceitos trabalhados afim de responder o questionamento da pesquisa.

Abordou-se o conceito de real para Platão e como este real se configura em nosso mundo. Partindo de um questionamento sobre o que é realidade, nos deparamos sobre três olhares e decidimos guiar nosso percurso pelo viés sociológico. A realidade como uma construção social é uma representação mental. Tomemos o sentido de representação como mímese, imitação.

Platão nos apresenta que a realidade é a verdade e a essência, portanto, a ideia, que existe apenas no mundo da razão. Para o filósofo, as coisas do mundo dos sentidos são aparências, cópias. Sendo a realidade para Platão a verdade, a ideia primeira, una, o mundo material é formado por cópias e simulacros. Cópias, mímese da realidade e simulacro, mímese da cópia. A dialética de Platão encontra eco nas teorias pós-modernas de Jean Baudrillard, e por isso a importante conceitualização de pós-modernidade presente no trabalho.

Neste período contemporâneo, onde a quebra de paradigmas, o capitalismo e o espetáculo (des) norteiam o pensamento dos indivíduos, a realidade entrou em crise. Nenhuma verdade é mais absoluta, a produção de simulacros domina a mídia e principalmente, nossas vivências. Guy Debord afirma que tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação.

Jean Baudrillard, nas suas ideias não lineares, mas carregada de crítica, nos apresenta que a verdade foi substituída por simulacros. O sentido das coisas, portanto, estão se perdendo. A realidade vivida hoje se tornou experimental, que nas palavras de Baudrillard tornou-se hiper-real. A noção de realidade neste momento pós-moderno modificou-se a ponto de precisar uma nova terminologia. O real tornou-se hiper-real. A hiper-realidade é marcada por um real carregado, simulado, de tão real não parece real.

A televisão, tendo como cerne de sua produção a imagem, consegue simular decorrentes eventos, criando simulacros cada vez mais desconexos com a realidade. Nos reality shows esta simulação pode ser observada através de uma narrativa recheada de “elementos surpresa” e “imprevisibilidade”, onde estes programas tentam convencer o telespectador de que os eventos que estão desdobrando-se acontecem naturalmente. Simulacros de realidade são frequentemente usados para alavancar um imaginário de realidade.

Os reality shows, e neste momento, o Big Brother Brasil é um dos melhores exemplos de simulação. A promessa de realidade se esvai nas estratégias do programa, as regras, as provas, a edição e seleção de determinadas cenas que compõem cada programa geram um discurso carregado de signos ficcionais e reais. O programa transforma os participantes não em personagens reais, mas hiper-reais, exagerados, carregados de um sentido que ultrapassam ações e comportamentos reais.

O fato da audiência poder definir os rumos para o programa através do voto constrói um poder imaginário de determinar o resultado do programa. Po-

rém, esta participação e poder limita-se a ao que é ofertado pela produção do Big Brother Brasil. As regras são postas e criadas sem a participação da audiência. O público decide a eliminação de um participante que ele não escolheu para o paredão. Decide eliminar entre dois ou três, e não quem deve (realmente, dentro todos os participantes) deixar o programa.

Talvez o maior debate sobre o gênero seja o seu poder de transgredir a fronteira entre o que é público e privado e principalmente, o voyeurismo. O público, olhando para a vida pessoal e comum de outros indivíduos, constrói os *realities* como um espaço de transformação de pessoas comuns em celebridades, aumentando o “consumo público” destes indivíduos. Toda produção televisiva remete, afinal, às expectativas de uma sociedade ansiada pelo conhecimento da vida privada de celebridades e desconhecidos (com potencial chances de tornarem-se famosos).

Neste contemporâneo pós-moderno, a imagem tornou-se obscena, exclui a dimensão subjetiva e da privacidade dos indivíduos. Com isso, tudo se torna público: a ânsia pela fama dos participantes dos reality shows, a necessidade de se fazer lembrar das celebridades e sub-celebridades, a “celebrização” de figuras religiosas e também a espetacularização da notícia nos telejornais. Tomemos por exemplo a ficção. A ficção imita uma realidade, mas sabemos distinguir que o que estamos assistindo em um seriado ou novela não é a realidade. O Big Brother Brasil não é ficção, porém tampouco é a realidade. Portanto, há a simulação. Os signos produzidos pelo BBB fixam-se operacionalmente como reais, porém mais saturados, carregados de simulacros puros, exagerados. A ficção não tem pretensão de iludir o receptor, ela propõe uma realidade alternativa, inventada. A simulação ludibria, apresenta uma promessa de realidade carregada de signos que tentam comprovar-se como o real perfeito.

O Big Brother Brasil, ao trazer a promessa do real ao vivo, não dá conta de nenhuma concepção de realidade trazida no presente trabalho. Ao contrário, todos os fatores analisados do programa nos leva a crer em uma narrativa completamente ficcional. A transmissão de uma realidade simulada, mimética, representada, cria uma atmosfera terrivelmente hiper-real, produtora de puros simulacros de um show de realidade. Na visão baudrillardiana, podemos concluir que o reality show Big Brother Brasil é a simulação de uma realidade, seu interior está completo de simulacros e a promessa de uma realidade nada mais é que uma hiper realidade.

REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. **Arte Retórica e Arte Poética**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1985.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70 Lda, 2010.
- _____. **Senhas**. Tradução de Maria Helena Kühner. Rio de Janeiro: Difel: 2001.
- _____. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.
- _____. **Big Brother: Telemorfose e criação de poeira**. Tradução de Juremir Machado da

Silva. Porto Alegre: Revista Famecos, nº 17, 2002. Disponível em <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3148/2419> acesso em 11 de maio de 2011.

_____. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio d'Água Editores Lda, 1991.

_____. **À sombra das maiorias silenciosas: O fim do social e o surgimento das massas**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1985.

BAPTISTA, Cicélia Pincer. O Mundo Possível da Tela: Representação, Realidade e Referência nas Poéticas Tecno-Informáticas. In: FAUSTO NETO, Antônio; PINTO, Milton José. **O Indivíduo e as Mídias: Ensaio sobre Comunicação, Política, Arte e Sociedade no Mundo Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

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

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis, Vozes, 1895.

BUCCI, Eugênio. **Videologias: ensaios sobre televisão**. Eugênio Bucci, Maria Rita Khel. São Paulo: Boitempo, 2004.

CAPAVERDE, Tatiana da Silva. **O Miniconto de Cortazar: Subvertendo a Mímese para Criar Simulacro**. Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades XXII. Disponível em <http://publicacoes.unigranrio.br/index.php/reihm/article/view/352/337> Acessado em 2 de Outubro de 2011.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo: Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lília Dias. **Televisão; entre o mercado e a academia**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2006.

EAGLETON, Terry. **Depois da teoria: um olhar sobre os estudos culturais e o pósmodernismo**. Trad. de Maria Lucia Oliveira. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

JAGUARIBE, Beatriz. **O choque do real: estética, mídia e cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2 ed. São Paulo: 2006.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LANDIM, Raul Ferreira. **Evidência e verdade no sistema cartesiano**. São Paulo: Loyola, 1992.

LIMA, Raymundo. **Para entender o pós-modernismo**. Disponível em www.espacoacademico.com.br/035/35eraylima.htm. Acesso em 11 de Outubro de 2011.

LIMA, Venício A. de. **Cenários de Representação da Política, CR – P**. In: RUBIM, Antonio Albino Cane-las (Org.). **Comunicação e Política: conceitos e abordagens**. Salvador: Edufba, 2004.

METZ, Winifred Fordham. **How Reality TV Works**. Disponível em <http://electronics.howstuffworks.com/reality-tv.htm> Acessado em 27 de Julho de 2011.

MOISÉS, Massaud. **Dicionário de termos literários**. São Paulo: Editora Cultrix, 1974.

POLYDORO, Felipe. **Realidade e Ficção no Big Brother e no CQC: a promessa de transparência hiper-realista versus o encobrimento irônico e sedutor do real**. Porto Alegre, 2010.

SEIXAS, Lia. **Contrato ou promessa? Um debate na França**. Disponível em <http://generos-jornalisticos.blogspot.com/2007/05/contrato-ou-promessa-um-debate-na-frana.html> acesso em 11 de outubro de 2011.

SIQUEIRA, Holgonsi Soares Gonçalves. **Jean Baudrillard: Importância e contribuições pós-modernas**. Diário de Santa Maria. 31/03 - 01/04/2007. Disponível em <http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/ baudrillard.html> acesso em 11 de maio de 2011.

Luciano Costa

Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal do Pampa. Membro Grupo de Pesquisa em História da Mídia (GPHM).

Marcelo da Silva Rocha

Possui doutorado em Teoria da Literatura pela Pontifícia Universidade do Rio Grande do Sul (2008), mestrado em Linguística e Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2002) e graduação em Letras pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (1998). Coordenou o Curso de Letras da Universidade da Região da Campanha, campus universitário de Alegrete. Atualmente é professor adjunto da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA) e líder do Grupo de Pesquisa em História da Mídia (GPHM).