

LUIZ BELMIRO TEIXEIRA

A PAIXÃO DOS CÍNICOS:

A cultura em tempos de reality show

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia pelo Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Orientador: Prof . Dr. Nelson Dacio Tomazi

**CURITIBA
2006**

Livros Grátis

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

Milhares de livros grátis para download.

LUIZ BELMIRO TEIXEIRA

A PAIXÃO DOS CÍNICOS

A cultura em tempos de reality show

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia pelo Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Orientador: Prof . Dr. Nelson Dacio Tomazi

**CURITIBA
2006**

À minha família

AGRADECIMENTOS

Felizmente durante a realização deste trabalho muitos se fizeram presentes: amigos, parentes, professores, orientadores. Cada um à sua maneira contribuiu mesmo que não saiba para que eu chegasse até aqui, por isso fica difícil expressar com palavras o sentimento de gratidão e amizade que sinto por estas pessoas, a melhor forma que encontrei foi um poema escrito por Vinicius de Moraes, muito obrigado a todos, espero que continuemos juntos por muito tempo.

SONETO DO AMIGO

Enfim, depois de tanto erro passado
Tantas retaliações, tanto perigo
Eis que ressurgue noutro o velho amigo
Nunca perdido, sempre reencontrado.

É bom senta-lo novamente ao lado
Com olhos que contêm o olhar antigo
Sempre comigo um pouco atribulado
E como sempre singular comigo.

Um bicho igual a mim, simples e humano
Sabendo se mover e comover
E a disfarçar com o meu próprio engano.

O amigo: um ser que a vida não explica
Que só se vai ao ver outro nascer
E o espelho de minha alma multiplica...

Los Angeles, 7/12/1946

*Os personagens, nomes, acontecimentos desta produção são ficcionais,
qualquer semelhança com pessoas ou fatos reais terá sido mera coincidência.*

Aviso padrão de programas ficcionais, como telenovelas.

RESUMO

O objetivo da pesquisa é abordar aspectos culturais das instituições da comunicação de massas por meio de um dos gêneros televisivos de maior sucesso nos últimos anos, os reality shows. O objeto será o reality show de maior sucesso na televisão brasileira, o Big Brother Brasil, inspirado no romance 1984, no qual os indivíduos de um país, vigiados 24 horas por dia, passam a agir como autômatos que existem apenas para fazer as vontades do Estado totalitário (Partido), representado pela figura do Big Brother. Mas na sociedade contemporânea, ao contrário do mundo retratado no romance, vivemos sob os ideais democráticos ocidentais, e o “poder disciplinar” parece reproduzir-se com o consentimento e o prazer dos próprios sujeitos. Um estudo sobre o programa nos permite entender sua inserção nos paradigmas atuais da produção de significados da cultura contemporânea, enfocando elementos como: as “celebridades”; a simulação de uma realidade experimental; o consumismo; a alta competitividade e o individualismo exacerbado; o predomínio de uma razão cínica. Entre as principais referências teóricas incluem-se: Jean Baudrillard, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Edgar Morin, Jurandir Freire Costa, Friedrich Nietzsche, Gilles Deleuze e Slavoj Žižek.

Palavras-chaves: Big Brother Brasil – cultura contemporânea – razão cínica.

ABSTRACT

The purpose of this research is to broach cultural aspects of mass media institutions through one of the most successful televisual genres in recent years, the reality show. The object will be the most successful reality show of Brazilian television, *Big Brother Brasil*, inspired in the novel *1984*, in that individuals of a country are watched 24 hours for day, raising act like robots that exist only to make the purposes of totalitarian State (Party), represented in the person of Big Brother. But in the contemporary society, instead of world portrayed by the novel, we live under the occidental democratic ideals, and the “disciplinary power” appear multiply with the acquiescence and the pleasure of own subjects. One study about TV program permit us understand your insertion in the actual paradigms of production of meaning of contemporary culture, focalizing elements like: the “celebrities”; the simulation of a experimental reality; the consumption; the high competitiveness and the exacerbated individualism; the predominancy of a cynical reason. Between the main theoretical references include: Jean Baudrillard, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin, Edgar Morin, Jurandir Freire Costa, Friedrich Nietzsche, Gilles Deleuze e Slavoj Žižek.

Word-keys: *Big Brother Brasil* – contemporary culture - cynical reason.

SUMÁRIO

RESUMO.....	6
ABSTRACT.....	7
INTRODUÇÃO – A CULTURA TELEVISIONADA.....	09
CAPÍTULO 1 – NOS IDOS DE 1984.....	15
1.1–Público x Privado: Fronteiras difusas.....	27
CAPÍTULO 2 – A TELEVISÃO BRASILEIRA.....	48
2.1 – Os reality shows e sua história.....	60
CAPÍTULO 3 – VIVENDO DE FOLIA E CAOS.....	78
3.1– O niilismo: auto-destruição encenada.....	84
3.2 – Diante de uma terra desolada: a melancolia.....	91
3.3 – Paixão pelo real x Paixão dos cínicos.....	99
CAPÍTULO 4 – BEM-VINDOS AO DESERTO DO REAL.....	109
4.1 – Imagens espetaculares e a lógica do simulacro.....	114
4.2 –.Uma visão cínica da cultura contemporânea.....	126
CONCLUSÃO – UM CONVITE AO CINISMO.....	133
BIBLIOGRAFIA.....	137

INTRODUÇÃO – A CULTURA TELEVISIONADA

“Desligue a TV e vá ler um livro!” Durante quinze minutos diários (entre os anos de 2004 e 2005), a MTV brasileira interrompia sua programação normal e colocava no ar apenas uma tela escura com estas palavras, além de um zunido incessante. Tornou-se lugar comum criticar a televisão, a ponto da própria elaborar a “crítica”. Alienada, idiotizante, superficial, alguns dos “adjetivos” normalmente utilizados pela intelectualidade, seja ela brasileira ou internacional, para definir a televisão. Parece ser quesito básico para qualquer um que se pretenda crítico cultural um certo desprezo pela TV, e tais “preconceitos” não se restringem à academia, até mesmo humoristas compartilham desse sentimento quando criam seus trabalhos, o cartunista Laerte, por exemplo, publica uma charge semanal satirizando a TV aos domingos na Folha Ilustrada (caderno cultural da Folha de São Paulo).

Grandes diretores do cinema também já elaboraram sua crítica à televisão. Em 1967, o diretor francês Jacques Tati lançou *“Play Time – Tempo de Diversão”*, uma crítica aberta ao modo de vida das grandes metrópoles do século XX, em que o ritmo da vida das pessoas é ditado pelo ritmo dos aparelhos eletrônicos, principalmente pela TV. Em uma das cenas mais emblemáticas vemos um prédio de apartamentos, nos quais as televisões estão instaladas nas paredes, o que passa a impressão de que as pessoas assistem os seus vizinhos em seus afazeres domésticos ao mesmo tempo em que são assistidos pelos mesmos. As pessoas não vivem mais suas vidas, ao invés disso assistem os outros vivendo, a vida deixa as ruas para ocupar a sala de estar.

Os primeiros pesquisadores dos meios de comunicação de massa, buscavam sobretudo desvendar os mecanismos de manipulação das audiências. A súbita expansão do rádio, do cinema e da televisão os fazia crer que estes meios substituiriam as tradições, as crenças e solidariedades históricas por novas formas de controle social. Nos seus traços essenciais, TV e rádio são semelhantes entre si

e não foram modificados desde o princípio: cada ouvinte e espectador está isolado em seu cubículo doméstico, onde o mundo lhe é fornecido em casa de forma escolhida pelos outros. Com a televisão especialmente, estamos diante de um instrumento que, teoricamente, possibilita atingir o mundo inteiro, simultaneamente. Mas a questão essencial não é se transmitem imagens e sons juntos, ou somente algum destes elementos isoladamente. Essenciais para o estudo da televisão são a relação social entre indivíduos e a relação entre os indivíduos e o mundo.

Os escritos dos primeiros estudiosos apresentavam a televisão como uma espécie de gênio maligno, uma caixa de Pandora¹, vindo inexplicavelmente perturbar uma vida que antes era harmoniosa e feliz. O que estes críticos parecem não compreender, e que desejo ressaltar aqui, é que a TV não inaugura processos, muito menos rompe com a ordem social existente à época de seu surgimento. Antes de prefigurar aspectos sociais – que o faz em certa medida –, ela reflete aspectos de nossa sociabilidade.

Nesse sentido, este trabalho é um esforço de pensar a televisão não como um meio de comunicação a priori superficial, mas como fator constituinte da cultura contemporânea. Pensando nisto, não basta falar da televisão de uma forma genérica, sem que seja analisado sequer uma atração televisiva. O programa escolhido para empreender a análise é um dos maiores sucessos da televisão brasileira nesta década, o *“Big Brother Brasil”*, o mais bem sucedido reality show da nossa televisão.

Apesar de ser inspirado num dos maiores clássicos da literatura do século XX, 1984 de George Orwell, o *“Big Brother Brasil”* não é uma obra ficcional, ao menos não em sentido literal; pelo contrário, o principal atrativo do programa seria a “realidade” nua e crua vista a partir de um grupo de pessoas confinadas em uma casa durante três meses. Da mesma forma que a televisão, meu objeto sofre uma espécie de preconceito, pois de antemão é considerado apenas mais um exemplo

¹ Alusão feita por JAPPE (2005).

do que a televisão pode produzir de pior. Por esta perspectiva, qualquer trabalho que venha a tratar do programa é considerado como um trabalho menor, apenas um hobby do pesquisador. Pude perceber este tratamento “superficial” do programa em várias ocasiões: em conversas com sociólogos e outros profissionais da área de humanas, e até mesmo em congressos acadêmicos a pesquisa era vista apenas como uma piada, como se não fosse possível fazer qualquer discussão séria partindo do “*Big Brother Brasil*”.

Ao analisar o programa, o objetivo geral da dissertação pode ser resumido da seguinte forma: verificar os aspectos culturais da sociedade contemporânea que o “*Big Brother Brasil*” reflete em seu funcionamento. Quanto ao objetivo específico, podemos defini-lo assim: entender a inserção do programa nos paradigmas atuais da produção de significados da cultura contemporânea. Para alcançar os objetivos gerais e específicos, serão enfocadas as seguintes discussões: a divisão entre as esferas do “público” e do “privado” na contemporaneidade; o papel das “celebridades”; a simulação de uma realidade experimental; o predomínio de uma razão cínica.

A literatura escolhida aqui inclui desde autores clássicos, como Karl Marx, até autores mais recentes, como Slavoj Žižek, em muito devido à atualidade (diria até mesmo novidade) da discussão sobre os reality shows. Alguns textos inclusive são paradigmáticos no que se refere às formas atuais de publicação, visto que não foram encontrados em revistas acadêmicas ou livros, mas publicados em sites na internet que se dedicam a discutir a cultura por um viés interdisciplinar, perpassando áreas como a sociologia, a filosofia e a psicologia. Aqui foram destacados os aspectos propriamente sociológicos que poderiam contribuir em nossas discussões.

Quanto à pesquisa empírica esta se centrou na análise da quarta edição do “*Big Brother Brasil*”, que foi ao ar entre janeiro e março de 2004. Foram gravados os programas transmitidos pela TV aberta, a Rede Globo de Televisão, e analisados antes e depois da leitura do referencial teórico (o que possibilitou uma nova perspectiva em vários aspectos analisados). Além disso, foram entrevistados três

participantes da edição em questão, ambos residindo atualmente em Curitiba-Pr: Edílson Buba, Marcela e Marcelo Gomes (conhecido simplesmente como Zulu).

A pesquisa se ressentia apenas da impossibilidade de análise de recepção do programa, devido principalmente ao tempo disponibilizado para a pesquisa. Em decorrência disso, para a análise centrei-me na experiência que os participantes tiveram no programa, tanto a retratada pelas telas quanto a que me foi contada nas entrevistas. Sabendo das limitações desta abordagem, não poderia ter aqui a pretensão de esgotar todos os significados suscitados pelo programa, espero apenas ter contribuído para situar a discussão sobre a televisão num patamar um pouco mais respeitável, demonstrando como atrações populares como o “*Big Brother Brasil*” estão longe de serem apenas produtos irrelevantes da indústria cultural.

Agora façamos uma breve passada pelos capítulos da dissertação: o primeiro capítulo vai focar as mudanças culturais do século XX, o que queremos dizer quando falamos simplesmente cultura contemporânea. Para isso será feita uma leitura desde a obra literária que inspirou o “*Big Brother Brasil*”, 1984, até autores atuais como Zygmunt Bauman. Os demais autores apresentados neste primeiro capítulo são: Michael Foucault, Gilles Deleuze, Aldous Huxley, Marshall Berman, Theodor Adorno, Max Horkheimer, Gilles Lipovetsky, Thomas Pynchon, Robert Kurz, Jurandir Freire Costa, Richard Sennett, Jürgen Habermas, Hannah Arendt, C. Wright Mills e Edgar Morin.

Quanto aos temas trabalhados neste capítulo, abordamos: a conjuntura política, a instituição panóptica de vigilância, a sociedade de controle, a racionalização instrumental, o caráter implicitamente repressivo do discurso iluminista, as fronteiras entre as esferas “pública” e “privada”, o lugar das celebridades. Algo que pode ser percebido com a leitura do capítulo é a mudança no papel que a literatura representa em nossa cultura, não que seja feita uma discussão específica sobre isso, mas vemos com alguns exemplos que atualmente a televisão ocupa um espaço central na definição da esfera “pública”, espaço que também conforme mostram os exemplos já foi ocupado pela literatura.

No segundo capítulo passamos à discussão mais específica sobre o objeto em questão, o “*Big Brother Brasil*”, ainda que de uma forma introdutória. Para falarmos do programa primeiramente é necessário falar do contexto no qual ele se insere: a televisão brasileira e o gênero televisivo dos reality shows. Sobre a televisão brasileira, veremos desde a história de sua implementação no país até o aumento de sua participação na vida nacional. Conseqüentemente, também faz-se necessária uma leitura do impacto cultural da televisão sobre a vida brasileira, seu papel na definição de nosso espaço “público”, os autores que são referência desta discussão são: Maria Rita Kehl, Esther Hamburger e Eugênio Bucci. Completando o capítulo, temos um breve histórico dos reality shows, desde as câmeras escondidas nos primórdios da televisão até a recente atração dos reality shows eróticos. Aqui será vista de maneira breve a história de cada uma das edições do “*Big Brother Brasil*” até o presente momento, além de um panorama geral dos subgêneros que podem ser entendidos como reality shows: celebridades, bizarros, profissionais, etc.

O terceiro capítulo é dedicado à análise da quarta edição do “*Big Brother Brasil*”: a apresentação dos participantes, da dinâmica de funcionamento, das experiências vividas no confinamento. A vida na casa do programa alterna extremos, momentos de “*folia e caos*” como afirmam os próprios participantes, a ambigüidade de sua condição é primeiramente explicada pelos próprios, e depois analisada por outro viés, definido pela seguinte hipótese: o programa possui uma dialética implícita, os participantes caminham entre a melancolia e o niilismo, e seu comportamento é sintetizado sob a égide uma razão cínica.

Para analisar o programa me utilizo das gravações em vídeo, das entrevistas dos participantes e de um referencial teórico específico para os temas suscitados pela minha hipótese. Sobre o niilismo, minhas referências são Karl Marx e Friedrich Nietzsche, quanto à melancolia me apoio principalmente em Walter Benjamin, e perpassando os dois temas tenho ainda Jean Baudrillard. Sobre o conceito de razão cínica os autores trabalhados são: Peter Sloterdijk, Jurandir

Freire Costa, Ricardo Goldenberg e Antonio Sérgio Mendonça. Ao fazer a ponte do programa com a teoria proponho que os mesmos aspectos culturais identificados no programa podem ser encontrados na sociedade contemporânea, e a mesma dialética proposta aqui pode ser reconhecida.

Enfim, no quarto capítulo abordo a categoria que possibilitou a discussão do programa como reflexo da cultura contemporânea, o simulacro. A categoria de simulacro tem origem em Platão, e nos possibilita passarmos por outros temas centrais do pensamento social, como a alienação e o fetiche da mercadoria. O autor que fez todo esse caminho, e contextualizou a categoria de simulacro na teoria contemporânea foi Jean Baudrillard, tanto que a utilizou para também abordar os reality shows. Os limites da categorização de Baudrillard poderão ser vistos a partir de outra categoria central de minha análise, a razão cínica, uma vez que o comportamento do cínico se refere à maneira como se lida concebe a realidade social.

Apenas duas ressalvas no que se refere ao recorte da análise: a competição do programa e a vida pós-Big Brother Brasil. Como já disse anteriormente, esta pesquisa não invalida outras abordagens, e estes dois exemplos são apenas vistos de forma breve aqui, o primeiro porque para uma análise mais aprofundada da disputa seria necessária um estudo de recepção (fator determinante na fórmula da disputa); e o segundo porque seria necessária um outro tipo de análise, que acompanhasse a fama repentina dos participantes e a repercussão de sua participação na mídia. Mas fica aqui a sugestão para futuras pesquisas, o que só vem a confirmar a riqueza do objeto. Outro aspecto que não pode passar sem um comentário é quanto aos participantes, procurei não emitir nenhum juízo de valor sobre o caráter dos mesmos, e fica aqui um agradecimento especial e sinal de respeito a Edílson Buba, Marcela e Zulu, pela forma como me receberam durante as entrevistas e pela sua colaboração, sem a qual seria impossível concluir este trabalho.

CAPÍTULO 1 - NOS IDOS DE 1984

Sempre houve na história literária certos “livros universais” (KURZ, 2003), considerados assim por conferirem a épocas inteiras uma figura exemplar, que sintetiza aspectos fundamentais do período em questão, assim tais obras obtêm grande ressonância, e seu eco perdura por muito tempo, em alguns casos até nossos dias. Não por acaso, a forma literária dessas obras é freqüentemente a parábola, pois esta permite expor idéias filosóficas fundamentais e complexas, de modo a serem lidas ao mesmo tempo como histórias divertidas e instigantes. Essa dupla natureza da narrativa diz à pessoa culta algo cognitivamente diferente do que diz à criança, ao jovem, ou ao adulto menos erudito, ao mesmo tempo em que todos podem devorar o mesmo livro com igual voracidade.

Já foi dito em algum lugar que por vezes a arte ilumina a ciência, ou antecipa, servindo de inspiração para a formulação de grandes teorias. Não que uma única obra, seja ela literária ou científica, consiga dar conta de toda uma época, mas de qualquer maneira elas possuem o mérito de contribuir às Ciências Sociais. Uma das obras fundamentais do século XX, *1984* de George Orwell – principal obra do gênero literário do romance político – durante muito tempo foi considerada um retrato fiel da conjuntura política internacional. O romance pinta um mundo estritamente controlado, da liberdade individual reduzida ao mínimo possível, rejeitada com convicção por pessoas treinadas a obedecer ordens e seguir rotinas estabelecidas, e regido por uma pequena elite que maneja todos os cordões. Em suma, um mundo totalitário, que não dá margem a qualquer alternativa libertária.

No mundo de *1984*, três mega estados totalitários vivem constantemente em guerra: a “Oceânia” inclui o mundo anglo-saxão (Reino Unido) e as Américas (do Norte, Central e Latina); a “Eurásia”, que abrange a ex-URSS e Europa continental; por fim a “Lestásia”, que inclui China e demais países do Oriente. O restante, basicamente o Terceiro Mundo, é um imenso campo de batalha das forças dos três estados maiores.

O pesadelo literário de Orwell gira em torno da destruição da personalidade do único dissidente do regime, Winston Smith, após uma chocante sessão de tortura física e mental. Winston vive na Pista de Pouso Número 1, antigamente conhecida como Grã-Bretanha. Prédios destruídos por bombas, bombardeios constantes, carência generalizada de suprimentos; tudo uma continuação do clima que Orwell pôde presenciar na Londres dos anos 40, à época da Segunda Guerra Mundial.

Todo cidadão no romance é permanentemente vigiado por “teletelas”, câmeras instaladas nas casas, prédios, repartições públicas e ruas, para evitar qualquer desvio de conduta, considerado a priori como subversivo a toda ordem. Apenas *os proles*² vivem em estado “livre” – ou selvagem. Para ser considerado cidadão, cada indivíduo deve ser filiado ao partido, por sua vez dividido em duas categorias: o partido externo (a base militante, meros filiados); o partido interno (os dirigentes); e no topo da pirâmide está o líder supremo, o Grande Irmão (*Big Brother*), cuja imagem está por toda parte.

O modelo orwelliano nos remete ao conceito de instituição panóptica (FOUCAULT, 1999), pois o tipo de vigilância ali exercida resulta num tipo de implantação específica dos corpos dos vigiados no espaço: a sua distribuição se dá numa relação mútua, entre vigilante e vigiado, mantendo uma organização hierárquica entre os dois. O panóptico pode ser utilizado cada vez que se trata de uma coletividade a qual se pretende impor certa tarefa ou comportamento, se configurando numa forma de controle social. Como demonstra a descrição de Foucault:

“É polivalente em suas aplicações, serve para emendar os prisioneiros, mas também para cuidar dos doentes, instruir os escolares, guardar os loucos, fiscalizar os operários, fazer trabalhar os mendigos e ociosos. É um tipo de implantação dos indivíduos no espaço, de distribuição dos indivíduos em relação mutua, de organização hierárquica, de disposição dos centros de intervenção, que se podem utilizar nos hospitais, nas oficinas, nas escolas, nas prisões. Cada vez que se trata de uma multiplicidade de indivíduos a que se deve

² Os trabalhadores braçais, que não são membros do partido.

impor uma tarefa ou comportamento, o esquema panóptico poderá ser utilizado. Ele é [ressalvadas as modificações necessárias] aplicável a todos os estabelecimentos onde, nos limites de um espaço que não é muito extenso, é preciso manter sob vigilância um certo número de pessoas (FOUCAULT, 1999: 170).”

No Panóptico os internos estavam confinados ao cárcere e impedidos de qualquer movimento, fixados a suas camas ou celas, mantidos entre muralhas fortemente vigiadas. O domínio do tempo se revelava central para a manutenção do poder dos administradores – negando o direito ao movimento e rotinizando o ritmo a que os detentos deveriam obedecer – a principal estratégia em seu exercício do poder. A predominância do Panóptico em nossas sociedades, entre os séculos XVIII e XIX levou Foucault a chamá-las de sociedades disciplinares, por precederem à organização dos grandes meios de confinamento. As sociedades disciplinares têm dois pólos: a assinatura que indica o indivíduo, e o número de matrícula que indica sua posição numa massa. É que as disciplinas nunca viram incompatibilidades entre os dois, e é ao mesmo tempo que o poder é massificante e individualizante, isto é, constitui num corpo único aqueles sobre os quais se exerce, e molda a individualidade de cada membro do corpo.

O apogeu deste tipo de controle social teria se dado no século XX, quando o indivíduo não cessava de passar de um espaço fechado a outro, cada um com suas próprias leis: família, a escola, a caserna, a fábrica, de vez em quando o hospital, eventualmente a prisão, que é o meio de confinamento por excelência. Foucault destacou especialmente dentre os projetos dos meios de confinamento, o modelo ideal visível especialmente na fábrica: concentrar; distribuir no espaço; ordenar no tempo; compor no espaço-tempo uma força produtiva cujo efeito deve ser superior à soma das forças elementares.

Durante muito tempo, a distopia de Orwell permaneceu como uma advertência ao potencial implicitamente totalitário da modernidade, mas nunca esteve sozinho. Importantes obras engrossavam o coro a favor das liberdades

individuais, contra a ameaça sempre presente da supressão das mesmas, vide o romance *Admirável Mundo Novo*, de Aldous Huxley, no qual o livre mercado capitalista substituía o Grande Irmão.

O pesadelo que assombrava Orwell era o mesmo de Huxley: da invasão da esfera privada, individual, por questões públicas, na figura política do Estado totalitário. Ambos temiam uma sociedade em que homens e mulheres não mais controlavam suas próprias vidas, o romancista em especial não podia conceber uma sociedade, fosse ela feliz ou infeliz, sem administradores, projetistas e supervisores que em conjunto escreviam o roteiro que outros deveriam seguir, que ordenavam o desempenho, punham as falas na boca dos atores e demitiam ou encarceravam quem quer que ameaçasse esboçar seus próprios pensamentos.

Em *1984* também há falta de privacidade, espiões dentro das próprias famílias, atividades coletivizadas, desaparecimentos e execuções sumárias, e a combinação de propaganda maciça com a constante revisão artificial da história, exigindo das pessoas o “*duplipensar*”, o registro mental de idéias conflitantes, ilustrado no discurso do partido, em famosas sentenças como “Guerra é Paz”. O protagonista de *1984*, Winston Smith vive como um dissidente silencioso, num Estado totalitário tal que não permite qualquer saída ao indivíduo. Os “atos subversivos” que Smith comete são simplesmente escrever um diário, apaixonar-se pela jovem Julia e com ela tentar ingressar em suposta organização revoltosa. A intenção do autor era, sobretudo, sublinhar a impotência do protagonista diante do poder implacável do Estado.

Comumente interpretada como visionária, a obra na verdade utilizou de inspiração muito da realidade mundial da época em que foi escrita, a década de 40, mais especificamente o ano de 1948, tanto que o título é apenas a inversão dos algarismos “8” e “4”. O mundo de *1984*, ao invés de uma previsão do futuro, junta pedaços dos dois lados da recém-criada cortina de ferro, da imaculada democracia Ocidental e do totalitarismo do Leste. Vide a divisão da Terra em blocos políticos vista no romance, Orwell tinha em mente a conferência de Teerã, primeira reunião

de cúpula dos aliados na Segunda Guerra Mundial, realizada no final de 1943, com a presença de Roosevelt, Churchill e Stálin. Nesta, um dos principais assuntos discutidos foi o modo de ocupação após a derrota do nazismo, ao imaginar a Oceania, a Eurásia e a Lestásia, Orwell estaria simplesmente projetando as convenções de Teerã numa escala maior, transformando a ocupação de alguns países derrotados na de um mundo inteiramente derrotado.

A principal referência literária de Orwell foi outro romance distópico, *Nós*, de levguêni Zamiátin (1924), um escritor russo perseguido pelo regime stalinista. Nesse sentido, *1984* faz uma feroz crítica ao stalinismo, principalmente no objeto de culto personalista do regime, o Grande Irmão, uma alusão a Stalin que, mesmo após as denúncias de sérios crimes, manteve sua aura de grande líder revolucionário intacta. Mas Orwell não endereçava sua crítica apenas à URSS, também se dirigia ao partido trabalhista inglês, pois ao que parece uma das coisas que mais incomodavam o autor era adesão geral da esquerda ao stalinismo, mesmo existindo provas esmagadoras da natureza totalitária do regime soviético. Além disso se referia à polarização Ocidente/Oriente, um mundo dividido em blocos político-militares, marcado pela doutrina belicista que impregnava os discursos dos dois lados em meio à corrida nuclear do pós-guerra, o romance pode ser lido facilmente como uma alegoria percebida nos primeiros anos da Guerra Fria entre EUA e URSS.

Neste sentido a ameaça à liberdade individual não era exclusividade apenas do regime ditatorial do Leste, o caráter eminentemente bélico das democracias ocidentais também era uma ameaça constante. Para Orwell as sementes do totalitarismo tinham um terreno fértil em ambos os regimes, estas são as características que permitem à ditadura de *1984* existir “fora da história”, para além do controle da informação e da vigilância permanente dos indivíduos.

O totalitarismo latente não é a única força que impregna nossa cultura, também uma idéia de que a contemporaneidade tem sido alimentada por diversas fontes: grandes descobertas nas ciências físicas, como a mudança da nossa posição do universo; a industrialização da produção, o capitalismo, que transformou

conhecimento científico em tecnologia, gerando riquezas; a criação de novos ambientes humanos e destruição de outros, acelerando o ritmo de nossas vidas, e gerando novas formas de poder corporativo e de luta de classes (BERMAN, 1987).

A descomunal explosão demográfica penalizou milhões de pessoas arrancadas de seu habitat ancestral, algo visto particularmente no êxodo rural, os camponeses transformados em trabalhadores assalariados nos grandes centros. Como principal ator moderno, a burguesia, dirigindo todas as relações entre as pessoas e as instituições, bem como um mercado capitalista mundial, flutuante, em permanente expansão.

O burguês se declarava através do discurso Iluminista como principal porta-voz dos ideais da razão e liberdade, e capaz de levar os mesmos ideais pelo mundo afora, às civilizações que ainda estavam imersas nas trevas da ignorância. As linhas gerais das noções de razão, liberalidade, e até mesmo da própria burguesia, já se encontravam presentes para além do que supõe nossa vã consciência histórica, como já demonstraram Adorno e Horkheimer (1986).

O ímpeto de sua racionalização teria levado o Ocidente não somente a produzir uma cultura única, mas também a afirmar a validade universal de seus valores. Foi somente no Ocidente que se desenvolveu a ciência enquanto um conhecimento possuidor de validade universal, não existe fronteiras para seu avanço, tanto que a racionalização penetra de forma progressiva não somente as diversas esferas da vida das pessoas, mas também as civilizações que poderiam a princípio parecer indiferentes, como o Islã ou a China, numa prova da irreversibilidade do processo.

Para Adorno e Horkheimer isto revela simplesmente a instrumentalização da razão em favor do desejo da classe dominante, a burguesia. Durante sua trajetória ela passou a ter um caráter instrumental, que visava o controle totalitário da natureza e a dominação do resto da humanidade: “O que os homens querem aprender da natureza é como empregá-la para dominar completamente a ela e aos homens.” (ADORNO, 1986, p. 20)

O Esclarecimento reduz tudo ao critério da calculabilidade, inclusive aquilo

que se opõe a ele, justamente por adotarem a racionalidade como forma de formular sua crítica, o que levou os autores a definirem o caráter totalitário intrínseco do esclarecimento: “Quaisquer que sejam os mitos de que se possa se valer à resistência, o simples fato de que eles se tornam argumentos por uma tal oposição significa que eles adotam o princípio da racionalidade corrosiva da qual acusam o esclarecimento. O esclarecimento é totalitário.” (ADORNO, 1986 p. 22)

Os frankfurtianos e Orwell sofreram o impacto das principais tragédias do século XX, o que influenciou em grande medida suas obras, e suas premissas. Ambos, comunismo e capitalismo, como herdeiros do projeto iluminista, confirmavam o sinistro potencial opressor revelado por Adorno e Horkheimer. Se os séculos XVIII e XIX foram marcados pela formulação do discurso Ocidental, o século XX pôs à prova todas as suas certezas e seus avanços tecnológicos, infelizmente, a serviço da barbárie, como visto em Auschwitz, no Gulag, ou ainda, em Hiroshima e Nagasáki. Tanto Adorno e Horkheimer quanto Orwell tiveram seus nomes associados a profecias apocalípticas, sobre um futuro que agora se tornou realidade. Incitaram autores que se preocupam unicamente em mostrar que eles estavam certos, para estes “seguidores” a teoria adquiriu status de uma doutrina messiânica.

Outros autores rejeitam visões que conferem à cultura contemporânea unicidade, preferem a ambigüidade, como Lipovetsky (1983). Para ele a contemporaneidade é um momento histórico complexo ordenado em torno de duas lógicas antinômicas: uma rígida, uniforme, coerciva; a outra flexível, opcional, sedutora. Ele reconhece uma lógica disciplinar e hierárquica, o funcionamento da ordem produtiva a partir de uma estrutura burocrática estrita, apoiada nos princípios da organização científica do trabalho. A educação é realmente autoritária e normalizadora; o indivíduo é, ele próprio, voluntário, “intro-determinado”. E a política é edificada sob um ideal de centralização e de unificação nacional, cuja Revolução e a luta de classes são mais as linhas mestras.

Vejamos o poder, antes exercido com mão de ferro agora pode se mover na velocidade do sinal eletrônico, tornando-se praticamente instantâneo (BAUMAN, 2001). Conseqüentemente tornou-se realmente extraterritorial, não sendo mais

limitado ou desacelerado pela resistência do espaço. Isso dá aos detentores do poder uma oportunidade única, pela primeira vez na história: podem enfim se livrar dos aspectos irritantes e atrasados de poder do Panóptico. Nas relações de poder pós-panópticas, as pessoas que exercem o poder sobre o destino dos demais podem fugir de seu alcance a qualquer momento, tornando-se inacessíveis num piscar de olhos.

A derrocada do panóptico significa simultaneamente o fim do engajamento mútuo: entre supervisores e supervisados, capital e trabalho, líderes e seguidores, etc. Surgem como principais técnicas do poder a fuga, astúcia, o desvio e a evitação, qualquer confinamento territorial é rejeitado a priori, com as complicações que acarreta: a responsabilidade pelas conseqüências de tudo (rebeliões e fugas), bem como custos elevados que ele requer.

Atualmente o constrangimento entre vigilantes e vigiados é praticamente nulo, ninguém fica sequer horrorizado quando lê a frase tornada banal em qualquer shopping center, loja de departamentos, banco, supermercado, entrada de edifícios e até em elevadores que é anunciada num meio tom, entre a simpatia e a ameaça: “Sorria, você está sendo filmado”. A vigilância em nossos dias além de consentida é espetacularizada e desejada, nos reality shows como meu objeto específico, o “*Big Brother Brasil*”.

O próprio Foucault sabia da brevidade do modelo do panóptico: primeiramente ele sucedeu as sociedades de soberania, cujo objetivo e funções eram bem específicos: monopolizar, mais do que organizar a produção, decidir sobre a morte mais do que gerir a vida, era uma época pré-capitalismo, anterior a propriedade privada dos meios de produção, e ao estabelecimento do direito como norma reguladora. A transição foi feita progressivamente, mas as disciplinas por sua vez, também conheceriam uma crise, em favor de novas forças que se instalavam lentamente e que se precipitariam somente após o fim da Segunda Guerra mundial.

Atualmente, encontramos-nos numa crise generalizada de todos os meios de confinamento: prisões, hospitais, fábricas, escolas (DELEUZE, 2004). A ponto de

ter virado lugar comum, sucessivos ministros, das mais diversas áreas, anunciarem reformas, na educação, saúde, sistema penitenciário. Para Deleuze isso se deve ao fato de que as sociedades de controle estão, aos poucos, substituindo as sociedades disciplinares, e frente à mudança inevitável, devemos evitar falsas questões, que seriam apenas capazes de nos levar a conclusões superficiais: como sobre qual é o regime mais duro, ou o mais tolerável; pois cada um deles tem suas especificidades, um caminho mais apropriado para entendermos o verdadeiro alcance das mudanças seria a comparação entre eles.

Primeiramente, os confinamentos são moldes, distintas moldagens, enquanto a definição mais apropriada para o controle é a de uma modulação, como uma moldagem auto-deformante que mudasse continuamente, a cada instante, ou senão como uma peneira, cujas malhas fossem maleáveis, e mudassem de um ponto a outro. Deleuze faz uso de um exemplo bem ilustrativo, na questão dos salários: na época do confinamento, a fábrica era um corpo que levava suas forças internas até um ponto de equilíbrio, o mais alto possível para a produção e o mais baixo para os salários; mas numa sociedade de controle a **empresa** substitui a **fábrica**, e a empresa é a alma do sistema.

Se a fábrica já conhecia o sistema de prêmios, a empresa o aperfeiçoou como uma modulação para cada salário, instaurando um estado de eterna estabilidade, desafios, concursos e colóquios, o palco ideal para uma encenação diária. A fábrica concebia os indivíduos como um só corpo, com a dupla vantagem de facilitar a vigilância por parte do patronato, que vigiava cada elemento na massa, e de facilitar a tarefa dos sindicatos, que mobilizavam uma massa de resistência. Mas a empresa, ao introduzir a rivalidade entre os trabalhadores como algo sadio e normal, contrapõe os indivíduos entre si e atravessa cada um, dividindo-o em si mesmo. Ainda mais, para provar sua penetração na sociedade como um todo, o princípio emulador do “salário por mérito” age de forma complementar ao sistema educacional: assim como a empresa substitui a escola, o controle contínuo substitui o exame; estamos diante do meio mais garantido de entregar a escola à empresa.

Um conselho de Deleuze: não devemos nos assustar diante do enorme sucesso dos jogos de televisão mais idiotas, pois eles nada mais são do que a expressão mais perfeita do ambiente de trabalho em uma empresa: a alta competitividade e o individualismo arrivista. Estes programas devem ser vistos para além de simples peças de entretenimento, antes disso são um reflexo de outros aspectos da sociedade, cumprem o papel de reforçar essa lógica fora da empresa, nos momentos de lazer.

No que diz respeito aos reality-shows tal lógica é elevada a outros patamares, como é possível perceber no *“Big Brother Brasil”*: 14 indivíduos confinados temporariamente, e tudo que tem entre eles e o prêmio de um milhão de reais são os demais companheiros de confinamento, todos contra todos, até restar apenas um. Um coletivo observado a uma distância segura (da tela de televisão), mas interpretado a partir dos indivíduos.

E não há mais “o Grande Irmão à espreita” (BAUMAN, 2001), o reality show, por exemplo, nos dá oportunidade única de sermos “O Grande Irmão”, cuja tarefa agora é observar as fileiras crescentes de Grandes Irmãos e Grandes Irmãs e observa-las atentamente, na esperança de encontrar algo de útil para sua própria vida: um exemplo a seguir ou um conselho sobre como lidar com seus problemas; problemas estes que, como os deles, devem ser enfrentados individualmente e somente assim podem ser enfrentados. Os grandes líderes desapareceram de cena, pois já não tem mais função, nos dizer o que fazer e para nos aliviar da responsabilidade pela consequência de nossos atos. Vivemos uma solidão compartilhada, “no mundo dos indivíduos há apenas outros indivíduos cujo exemplo seguir na condução das tarefas da própria vida, assumindo toda a responsabilidade pelas consequências de ter investido a confiança nesse e não em outro exemplo”. (BAUMAN, idem, p. 38)

Quando olhamos à nossa volta, nos EUA de hoje, por exemplo, observamos a popularidade dos helicópteros como recurso policial, algo que todos sabemos graças a tantos “dramas criminais” televisionados, eles próprios formas de controle social – como a própria ambigüidade da televisão. Nos EUA é

impressionante o sucesso de um reality show policial, *COPS*, que acompanha policiais em suas patrulhas pelas ruas das grandes cidades, em perseguições, tiroteios e investigações.

A televisão bidirecional de 1984 tem uma semelhança visível com as telas planas de plasma ligadas a sistemas de cabo “interativos” que conhecemos atualmente. A censura é dispensável, a notícia é tudo aquilo que o governo diz que é notícia, a liberdade individual também, o controle vigilante dos cidadãos comuns tornou-se uma atividade policial corriqueira, as operações de revista e detenção já há muito não seguem critérios razoáveis³.

Por este ponto de vista, é fácil associarmos o Grande Irmão de Orwell à figura de governantes poderosos, como George Bush. Mas Pynchon (2003) alerta para outro aspecto que não deveria nos passar despercebido, justamente a compreensão de Orwell que, apesar da derrota do Eixo, a vontade fascista não havia desaparecido; e que, longe de ter sido extinta, ela talvez estivesse apenas começando a se afirmar; que a corrupção do espírito e o irresistível vício do poder já estavam muito estabelecidos.

Apesar das aparências e das novas formas de controle, o capitalismo à era de consumo não aboliu totalmente as autoridades que ditam leis, nem as tornou dispensáveis (BAUMAN, 2001). Apenas permitiu que as autoridades coexistissem a partir de agora em número tão grande que nenhuma poderia se manter por muito tempo como autoridade soberana, no entanto, ao pensarmos “numerosas autoridades” estamos diante de uma contradição em termos. Pois quando as autoridades são muitas, há uma tendência implícita de se anularem mutuamente, e a única autoridade efetiva na área é aquela que pode escolher entre as demais. A autoridade se torna agradável, pois é somente através de sua cortesia que é reconhecida por aqueles que a escolhem como autoridade, elas então não mais ordenam, se tornam simplesmente agradáveis aos olhos de quem escolhe, passam

³ Vide o exemplo do estado do Paraná: nas escolas públicas os pais autorizam a revista de seus filhos em sala de aula para procurar armas e drogas.

da supremacia à sedução.

Persistindo no terreno do capitalismo contemporâneo, agora as conquistas de mercado se fazem através da tomada de controle e não mais pela disciplina, pela fixação de cotações mais do que por redução de custos, pela transformação (personalização, por exemplo) do produto mais do que pela especialização da produção (DELEUZE, 2004). Se a linha de produção era o coração da fábrica, o serviço de vendas é a “alma” da empresa. Inclusive somos informados desta novidade, sim, as empresas têm uma alma, o que é aterrador para as mentes “modernas”. O marketing é agora o instrumento de controle social por excelência, controle que possui natureza de curto prazo e rotação rápida, mas também contínuo e ilimitado, ao passo que a disciplina era de longa duração, infinita e descontínua.

O lugar do marketing em nossa sociedade é algo evidente, uma vez que somos todos vistos como “consumidores”, o convencimento é ao mesmo tempo externo (ao recebermos a mensagem) e interno (da própria natureza do convencimento). Mas não estamos tão distantes assim, voltemos a “1984”, onde o sinistro não é nem tanto a coerção externa, mas muito mais a interiorização dessa coerção, que acaba aparecendo afinal como um imperativo do próprio Eu, a instância final da personalidade.

O mundo concebido pelo romance de Orwell se inspirava num mundo organizado em torno da produção, quando o fim em si irracional da “valorização interminável do valor”, exigia via o trabalho abstrato um homem auto-regulador, que reprimia a si próprio em nome das leis sistêmicas anônimas. Mas já falando da democracia Ocidental consumista, regulada pelas leis do mercado mundial, veremos que não se encontra muito longe de um Estado Totalitário (KURZ, 2003): seu ideal é a auto-observação e o autocontrole, nos moldes do “empresário individual de si mesmo”, por meio de seu superego capitalista, as perguntas mais freqüentes são: se está sendo produtivo o suficiente, ajustado o suficiente, seguindo a tendência, se é capaz de concorrer? Atualmente, a voz do Grande Irmão é a voz do mercado mundial anônimo; e a “polícia do pensamento” das relações democráticas de

concorrência funcionam, como vimos, de forma muito mais sutil do que todas as polícias secretas.

Como nos adverte Bauman (2001), ao contrário da maioria dos cenários distópicos dos romances vistos aqui, este efeito não foi alcançado através de métodos ditatoriais, repressivos, nem através da “colonização” da esfera privada pelo “público”. Ao contrário: o quadro presente somente teria emergido após o rompimento radical dos grilhões e algemas que, de forma mais amena ou direta, limitavam a liberdade individual (entenda-se tanto a liberdade democrática como a liberdade de mercado); e de uma superposição do público pelo privado. Este último o aspecto que interessa especialmente para o tema aqui em questão, que possibilitou não apenas o surgimento, mas inclusive o sucesso de um programa como o “*Big Brother Brasil*”.

1.1 - PÚBLICO X PRIVADO: FRONTEIRAS DIFUSAS

Reality shows no formato do “*Big Brother Brasil*” são sintomáticos da mudança no valor da moral da intimidade (COSTA, 2002), pois seria inimaginável em séculos anteriores, tamanho fascínio pela intimidade devastada em público. É nos impossível imaginar o gênero literário do romance, principal fonte de entretenimento da época burguesa, sem uma esfera privada que lhe fosse equivalente. A “*Madame Bovary*” de Flaubert, ou “*Em Busca do Tempo Perdido*” de Marcel Proust, apenas para ficarmos em dois exemplos, partem de uma cena profundamente marcada por sussurros, correspondências secretas, segredos inconfessáveis e descobertos apenas graças a ouvidos atentos atrás das portas. Já quanto ao “*Big Brother Brasil*”, nos é impossível conceber sua existência sem uma esfera pública equivalente, na qual questões antes individuais (sexualidade, ambições, hábitos) passam a ser de interesse coletivo.

No entanto, a gênese da esfera pública burguesa revela que duas cenas

tão díspares não são tão distantes quanto possa parecer a princípio. Primeiramente a própria esfera pública burguesa provém da literária (HABERMAS, 1984); ela intermedia, através da opinião pública, o Estado e as necessidades da sociedade. A princípio essa esfera pública literária não é totalmente burguesa, ela preserva ainda certa continuidade em relação à representatividade pública da corte. A arte do raciocínio público somente é aprendida pela vanguarda burguesa, em contato constante com o “mundo elegante”, na sociedade aristocrática da corte. As gerações seguintes, formadas pelos herdeiros da sociedade de aristocratas humanistas, que mantinha laços tão estreitos com os intelectuais burgueses, mudam o tom de suas simples conversas para críticas abertas à sociedade decadente, e já anunciam o nascimento da esfera pública burguesa.

Mas o setor privado também abrange a “esfera pública” propriamente dita, pois esta é uma esfera pública de pessoas privadas. Os espaços escolhidos pelo público leitor para discussão e leitura das peças eram os salões e cafés, e por mais que se diferenciavam entre si as comunidades dos salões e cafés, no tamanho e na composição de seu público, ambas tendiam a organizar a discussão de forma permanente entre pessoas privadas. Era exigida uma espécie de sociabilidade que pressupunha a igualdade de status, contra o cerimonial hierárquico da corte gradualmente se impôs a polidez da igualdade. Em contraponto às instituições mais antigas da esfera pública burguesa, que permaneciam presas à sociedade aristocrática que se separava da corte, o “grande” público que se constitui nos teatros, museus e concertos, e podia pela primeira vez ser considerado burguês pelos critérios de origem social.

Isto não significa que esses espaços tenham concretizado a concepção de público efetivamente, ela foi institucionalizada enquanto idéia e a partir daí, colocada como reivindicação objetiva. Mas quanto às necessidades de um público-leitor burguês, estas só puderam ser satisfeitas a seguir nas formas literárias do drama burguês e do romance psicológico especificamente.

Estas obras, ao tematizarem de forma apaixonada as experiências

personais buscavam no raciocínio público das pessoas privadas simplesmente um entendimento mútuo e esclarecimento das mesmas. As experiências fluíam de uma fonte de subjetividade bem específica: o lar, que em sentido literal era a esfera da pequena-família patriarcal. A privatização da vida pode ser observada inclusive na alteração do estilo arquitetônico (HABERMAS, 1984): as casas recém-construídas traziam determinadas mudanças arquitetônicas, a sala de jantar e os quartos de dormir passaram a ser feitos da mesma altura, enquanto que as antigas finalidades do salão foram distribuídas pelas demais peças da casa. O pátio, em que grande parte da vida transcorria, encolheu e foi transferido no meio da casa para a sua parte frontal. O lar é assim concebido como o local da emancipação psicológica, que à primeira vista pode parecer estritamente privado, mas na verdade corresponde à emancipação político-econômica das pessoas.

Na esfera íntima da família, as pessoas consideravam-se independentes em relação às suas atividades econômicas, numa tentativa de estabelecer relações “puramente humanas”, tanto que a forma literária correspondente à época foi a correspondência epistolar. O século XIX tornou-se um século marcado pelas cartas: escrevendo cartas, o indivíduo desenvolvia-se pela própria subjetividade. Tal subjetividade como corte interior do privado sempre foi ligada ao público, a antítese à intimidade literária era a indiscrição, não a publicidade. Não é à toa que as cartas de várias pessoas não eram apenas emprestadas, mas até mesmo copiadas, inclusive várias correspondências eram de antemão destinadas a serem impressas. Nas camadas mais amplas da burguesia, a esfera do “público” surgiu inicialmente como ampliação e, paralelamente, como suplementação da esfera da intimidade familiar. Os quartos de dormir e a sala de visitas encontravam-se sob o mesmo teto; e como a privacidade de um dependia da natureza pública do outro, a subjetividade do indivíduo privado estava desde o princípio ligada à sua publicidade.

No século XX a privatização da vida pública foi aprofundada por outra forma de entretenimento, a partir de meados dos anos 50 a televisão foi responsável por outra grande mudança (MARCONDES, 2002): ao recolher o público dos cinemas

e teatros e levar os filmes para dentro das casas, acrescentou ainda informação, esporte, humor. Hoje a internet avança mais ainda nesse trabalho, trazendo bancos, bibliotecas, órgãos públicos, todo um universo para o interior dos domicílios. O mundo, a vida, estão deixando as ruas e se condensando cada vez mais nas telas, seja na televisão ou no computador ligado à rede mundial de computadores.

Muito se lamenta o impacto negativo da TV sobre a vida familiar, uma crítica moralista presente não apenas na academia, mas também no senso comum e na imprensa escrita (em colunas de críticos televisivos em revistas e jornais). A mesa de jantar, em torno da qual a família se reunia e conversava, teria desaparecido em proveito da televisão, em frente à qual os membros da família alienam-se olhando para um ponto de fuga comum (a tela) em vez de olharem um para o outro – isto quando os membros da família não dispõem de uma TV em seus próprios quartos. O que estes críticos parecem não compreender, e que desejo ressaltar aqui, é que a TV não inaugura processos, muito menos rompe com a ordem social existente à época de seu surgimento. Antes de prefigurar aspectos sociais – que o faz em certa medida –, ela reflete aspectos de nossa sociabilidade.

Antes mesmo do advento tecnológico que possibilitou seu surgimento, a própria tela da TV já possuía seu lugar imaginário (BUCCI, 2004), aquilo que o telespectador vê na tela emerge não apenas da tela em si, mas também de algo que ele, telespectador, já estava demandando antes, mesmo que inconscientemente. Na verdade, o papel que a televisão cumpre em nossas sociedades não se explicaria se estas já não se encontrassem numa situação de forte tédio, que torna preferível olhar uma tela em nossas salas de estar a se viver uma vida em comunidade. A solidão de quem assiste televisão seria insuportável para aqueles que participam de uma comunidade verdadeira.

A passagem da vida em comunidade para o interior do lar não apenas diluiu a antiga divisão entre o privado e o político, mas também alterou o significado dos dois termos, tanto que atualmente são quase irreconhecíveis. Nesse quadro que Richard Sennett (1988) vê o surgimento da *“tirania da intimidade”*. O ethos

psicologizante que a princípio parecia uma válvula de escape, uma alternativa ao código de comportamento sufocante da corte, revelou-se uma nova prisão para o burguês. O mundo interior não apenas se mostrou menos encantador que se pretendia ser, como acabou produzindo um fator de desequilíbrio crônico na formação da identidade. Quanto mais intimistas e autocentrados os indivíduos se tornavam, mais inseguros, intolerantes e ansiosos se comportavam nas relações que mantinham com as pessoas. Na esperança de que o gozo das emoções lhes abriria as portas para uma vida autêntica e criativa, repudiaram o “teatro” no qual o mundo havia se transformado, para viverem imersos num mundo por sua vez marcado pelas incertezas sentimentais, pelas frustrações românticas e obsessões sexuais.

Quando recorre à palavra “tirania” Senett está pensando em um de seus usos mais antigos: como sinônimo de soberania. Quando todas as questões de determinada sociedade se referem a um único princípio ou a uma pessoa soberana, tal princípio ou tal pessoa tiraniza a vida dessa sociedade. O governo de uma autoridade soberana no entanto não necessita ser originada por coerção brutal; pode surgir por outros meios mais sutis, como a sedução, de modo que as pessoas anseiem pelo governo dessa única autoridade superior a todas as outras. A sedução tampouco necessita ser personificada em um governante tirano, pode muito bem ser exercida via uma instituição, estabelecida e legitimada como fonte única de autoridade, se configurando numa crença que pode servir como padrão único para enfrentar a realidade. Nesse sentido é que podemos considerar a intimidade uma tirania.

A “*tiranía da intimidade*” não é criada de maneira forçada, uma imposição repressiva, ela é antes originária de uma crença num padrão de verdade para se medir as complexidades da realidade social, amparado em termos psicológicos. Não que a intimidade tome conta de todas as instituições da sociedade, seus domínios estão bem claros, conceber a “*tiranía da intimidade*” significa na verdade dizer que passamos a nos preocupar com instituições e acontecimentos apenas quando podemos discernir personalidade dentro deles ou dando-lhes um corpo. A intimidade

se configura numa visão de mundo e em expectativa das nossas relações humanas.

“Não é a criação forçada, mas o aparecimento de uma crença num padrão de verdade para se medir as complexidades da realidade social. É a maneira de se enfrentar a sociedade em termos psicológicos. E na medida em que essa tirania sedutora for bem-sucedida, a própria sociedade será deformada. Não tentei dizer neste livro que entendemos intelectualmente as instituições e os acontecimentos exclusivamente em termos de demonstração da personalidade, pois obviamente isso não ocorre; mas, ao contrário, que passamos a nos preocupar com instituições e acontecimentos apenas quando podemos discernir personalidade funcionando dentro deles ou dando-lhes corpo (SENETT, 1988 p.412).”

Se as relações humanas não correspondem a estas expectativas, isso ocorre devido a um longo processo histórico, no qual os próprios termos da natureza humana foram transformados num fenômeno individual, a personalidade. O advento da personalidade é resultado do mesmo processo que teria levado à erosão de um equilíbrio delicado entre a esfera pública e a esfera privada. “Era um equilíbrio entre a vida pública e a vida privada, um equilíbrio entre um terreno impessoal em que os homens poderiam investir uma espécie de paixão, e um terreno pessoal em que poderiam investir outra espécie (SENETT, 1988 p. 413)”. Esse equilíbrio concebia uma natureza humana baseada em primeira instância na idéia de um caráter humano natural; caráter este que não era produto das experiências de uma vida, mas ao invés disso era revelado por elas. Ele era algo do reino da natureza, apenas se refletia na humanidade.

Em “A Condição Humana” (2001), Hannah Arendt também identifica na contemporaneidade elementos semelhantes às tiranias, mesmo não apontando para a existência de uma “*tiranía da intimidade*”. Para a autora, tais elementos surgem quando já não se consegue mais discernir nenhuma natureza humana comum, coletiva, num quadro tal nem mesmo o conformismo característico de uma sociedade de massas pode manter a salvo o mundo comum, da coletividade. A destruição deste mundo comum anuncia um isolamento radical, cenário inusitado no qual não se permite mais a ninguém concordar com ninguém, este um

comportamento típico das tiranias. Numa sociedade de massas, como a contemporânea, isso pode levar todos a se comportarem como se fossem membros de uma única família, cada um a manipular e prolongar a perspectiva do vizinho. Os homens tornam-se seres inteiramente privados, isto é, privados de uma existência coletiva, privados de ver e ouvir outros e privados de ser vistos e ouvidos pelos seus pares. “São todos prisioneiros da subjetividade de sua própria existência singular, que continua a ser singular ainda que a mesma experiência seja multiplicada inúmeras vezes. O mundo comum acaba quando é visto somente sob um aspecto e só se lhe permite uma perspectiva (ARENDR, 2001 p. 67-68).”

Retomando Senett, vejamos as raízes históricas da “tirania da intimidade”. À medida que a secularidade e o capitalismo adquiriram as formas conhecidas por nós hoje, a idéia de uma natureza humana transcendente foi aos poucos perdendo relevância e significância. A humanidade se percebeu como a única responsável por seu próprio caráter, cada acontecimento de suas vidas necessitava de uma significação que os ajudasse a definir quem eles eram; algo difícil de precisar, devido as contradições e instabilidades de suas vidas. As questões relativas à personalidade foram galgando espaço, e a medida que ocupavam maior espaço o “eu” passou a definir as relações sociais, um princípio social. As conseqüências desse processo: o evanescimento da *res publica* pela crença de que as significações sociais são geradas pelos sentimentos de seres humanos individuais. A balança pendeu para um lado, e o privado passou a ter primazia sobre o público.

Nesse sentido as conclusões de Senett o aproximam de outro autor, Zygmunt Bauman (2001), ambos percebem na contemporaneidade a corrosão e a lenta desintegração da cidadania. Os cuidados e preocupações dos indivíduos enquanto tais ocupam todo o espaço público, afirmando-se como seus únicos ocupantes legítimos e repudiando tudo mais do discurso público. Ambos destacam a colonização do “público” pelo “privado”, a redução do “interesse público” à curiosidade sobre as vidas privadas de figuras públicas, a ponto da vida pública ser reduzida à exposição pública das questões privadas e a confissão de sentimentos privados destas mesmas figuras.

Vide a repercussão do processo por assédio sexual contra o ex-presidente norte-americano Bill Clinton: durante seu segundo mandato ele foi acusado de assédio pela estagiária Mônica Lewinski. Da noite para o dia a acusadora tornou-se uma das pessoas mais importantes no cenário político do país, inclusive muito do debate acerca da sucessão eleitoral norte-americana deu-se sob a influência dos desdobramentos do processo.

Mesmo tendo feito uma reconstituição histórica minuciosa, e chegar a conclusões próximas de outros autores, o único senão de Senett é a valorização positiva que atribui à esfera pública burguesa. Ele pressupõe a existência de um equilíbrio anterior à “*tiranía da intimidade*”, a ponto de defender um resgate da esfera pública burguesa dos seus primórdios, isso não o deixa perceber que essa já era uma tendência latente da modernidade.

Se introduzirmos na discussão Hannah Arendt (2001) veremos que atualmente, passamos por uma dificuldade em compreender a divisão entre as esferas pública e privada, entre a esfera da *polis* (ou pública) e a esfera da família (privada). Para a sociedade contemporânea a linha divisória é difusa, pois ela concebe a coletividade (povos e comunidades políticas) como uma família cujos negócios diários devem ser atendidos por uma administração doméstica nacional e gigantesca, podemos supor que para a autora trata-se aqui do Estado Nacional: “Em nosso entendimento, a linha divisória é inteiramente difusa, porque vemos o corpo de povos e comunidades políticas como uma família cujos negócios diários devem ser atendidos por uma administração doméstica e gigantesca (ARENDR, 2001 p. 37).”

Os limites são tênues sobretudo graças ao papel que desempenha a burguesia, e a valorização que esta atribui à propriedade privada. Arendt comenta que apesar da modernidade apontar para o equacionamento entre propriedade e a riqueza, de um lado, e a inexistência de propriedade aliada a pobreza, por outro, devemos sim evidenciar a distinção básica entre propriedade e riqueza. Antes da era moderna, que começou justamente com a expropriação dos pobres e em seguida assistiu a emancipação das novas classes destituídas de propriedades, todas as

civilizações anteriores tiveram por base o caráter sagrado da propriedade privada. Já quanto à riqueza, fosse de propriedade de um indivíduo ou coletiva, nunca antes fora sagrada.

Em seus primórdios, a propriedade do indivíduo significava simplesmente que ele chefiava uma das famílias que, por sua vez, em conjunto, constituíam a esfera pública. Isso dava a esses proprietários o sentimento de pertencimento ao corpo político, a parte do mundo da qual faziam parte os donos privados confundia-se a tal ponto com a família à qual pertencia, que a expulsão do cidadão significava não apenas o confisco de sua propriedade, bem como a destruição de sua própria morada.

Mas foi somente a partir do surgimento da cidade-estado, que a propriedade privada pôde adquirir a atual importância política. A riqueza privada tornou-se então condição para admissão à vida pública, pois o homem de posses, que tinha já garantida sua subsistência, estava totalmente livre para exercer a atividade política. Logo que a propriedade privada ascendeu à esfera pública, a sociedade assumiu a forma de uma organização de proprietários que, ao invés de exigirem acesso à esfera pública em virtude de suas posses, exigiram dela proteção para o acúmulo de mais riqueza.

“Obviamente, a vida pública somente era possível depois de atendidas as necessidades muito mais urgentes da própria existência. O meio de atendê-las era o labor e, portanto, a riqueza de uma pessoa era muitas vezes computada em termos do número de trabalhadores, isto é, de escravos, que ela possuía. Nesse contexto, a posse de propriedades significava dominar as próprias necessidades vitais e, portanto, ser potencialmente uma pessoa livre, livre para transcender a sua própria existência e ingressar no mundo comum a todos (ARENDR, 2001 p. 75).”

Podemos assim perceber que o desenvolvimento do moderno caráter da propriedade foi acompanhado pelo desenvolvimento da moderna esfera pública, os interesses privados da burguesia ascendente significavam, como já vimos, interferir

no poder com a intenção de garantir o seu direito à propriedade privada. Nesse sentido, Habermas (1984) destaca que a atividade econômica privatizada percebeu que precisava orientar-se por um intercâmbio mercantil mais amplo, induzido e controlado publicamente.

Visando atender tais “necessidades”⁴, a esfera pública passou a ter o status normativo de um órgão de automediação da sociedade burguesa. O pressuposto social da existência dessa esfera pública para Habermas era um mercado tendencialmente liberado, que fazia da troca na esfera da reprodução social um assunto particular de pessoas privadas entre si, o que completou a privatização da sociedade burguesa. Aí já seria possível perceber o princípio de um processo de privatização do processo de reprodução num sentido positivo: que o processo se desenvolva pouco a pouco, de forma autônoma, de acordo com as leis de mercado. Assim, à medida que o modo de produção capitalista era imposto de cima, as relações sociais passaram a ser medidas por relações de troca.

Além disso, em Habermas podemos ler que a esfera privada compreende a sociedade civil burguesa em seu sentido mais restrito, portanto o setor da troca de mercadorias e do trabalho social; a família, com sua esfera íntima, está aí inserida. Embora a esfera do círculo familiar tivesse a pretensão de ser vista como independente, ela está numa relação de dependência para com a esfera do trabalho e principalmente a troca de mercadorias. Pois da mesma forma que os donos de mercadorias podem ver a si mesmos como autônomos na esfera privado, exigem a mesma identificação na esfera pública, através da sua emancipação quanto ao controle estatal, que lhes possibilita decidirem livremente, de acordo com a rentabilidade de seus investimentos.

“De certo modo, donos de mercadorias podem ver a si mesmos como autônomos. Na proporção de sua emancipação quanto a diretivas e controles estatais é que eles decidem

⁴ Grifo meu.

livremente, de acordo com a rentabilidade, não obrigados aí a se submeterem a ninguém e tão somente sujeitos, ao que parece, às leis que funcionam na racionalidade econômica imanente ao mercado. Essas leis são providas de garantia ideológica da troca justa e, sobretudo, devem poder superar a força através da justiça. Uma tal autonomia da pessoa privada, fundamentada no direito de dispor da propriedade e que, até certo ponto, também é concretizada na participação no comércio e nas trocas, precisa ser considerada nela mesma. À autonomia dos proprietários no mercado corresponde uma representação pessoal na família aparentemente dissociada da coação social, é o carimbo autenticador de uma autonomia privada exercida na concorrência. Autonomia privada que, negando a sua origem econômica, exerce-se unicamente *fora* do domínio em que aqueles que participam do mercado se acreditam independentes, conferindo à família burguesa essa consciência que ela tem de si mesma. Tal consciência parece ser espontânea, parece ter sido fundada por indivíduos livres e manter-se sem coação; ela parece repousar na permanente comunhão amorosa dos cônjuges; ela parece resguardar aquele livre desenvolvimento de todas as faculdades que distinguem uma personalidade oculta (HABERMAS, 1984 p. 63).”

Podemos assim facilmente perceber como as duas esferas se equivalem na sociedade burguesa. A autonomia dos proprietários no mercado corresponde a uma representação pessoal da família burguesa, aparentemente dissociada da coação social, isto é o carimbo autenticador de uma autonomia privada exercida na concorrência. Autonomia privada que, negando a sua origem econômica, exerce-se unicamente fora do domínio em que aqueles que participam do mercado acreditam independentes, conferindo à família burguesa essa consciência que ela tem de si mesma.

A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em público; elas reivindicam esta esfera pública regulamentada pela autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca na esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social. Da mesma forma os atributos da cidadania se convertem em bens de consumo, e a lógica do espetáculo absorve e comanda a organização e a disposição dos conteúdos.

Para Bauman (2001) o que está ocorrendo não é simplesmente outra renegociação da fronteira entre as esferas. Ao invés disso parece estar em jogo uma

redefinição da esfera pública, como palco em que dramas privados são encenados, publicamente expostos e publicamente assistidos. Isto seria perceptível na definição de “interesse público” divulgada pela mídia contemporânea, amplamente aceita por quase todos os setores da sociedade: “interesse público” é o dever de encenar tais dramas em público e o direito do público de assistir à encenação.

A privatização da esfera pública, e seus efeitos, já eram assinalados por Hannah Arendt (2001): para o indivíduo levar uma vida inteiramente confinada à esfera privada significa, antes de qualquer coisa, ser destituído de coisas essenciais à vida humana. Dentre estas, a autora destaca a experiência coletiva:

“ser privado da realidade que advém do fato de ser visto e ouvido por outros, privado de uma relação “objetiva” com eles decorrente do fato de ligar-se e separar-se deles mediante um mundo comum de coisas, e privado da possibilidade de realizar algo mais permanente que a própria vida. A privação da privatidade reside na ausência de outros; para estes, o homem privado não se dá a conhecer, e portanto é como se não existisse. O que quer que ele faça permanece sem importância ou consequência para os outros, e o que tem importância para ele é desprovido de interesse para os outros (ARENDR, 2001 p. 68).”

A privatização também perpassa a esfera política, que é redefinida, agora a política não diz mais respeito à atividade encarregada de traduzir problemas privados em questões públicas (e vice-versa). Não que a simples publicidade dos problemas privados os tenha tornado as grandes questões públicas da atualidade – pois mesmo sob o olhar público não deixam de ser privados –, mas a sua preponderância na cena pública significa simplesmente a expulsão de todas as demais questões “não-privadas” da agenda pública. Questões antigamente relevantes para as democracias, como o bem-estar social e os interesses coletivos estão indo pelo mesmo caminho, o esquecimento:

As tradicionais questões da política democrática – quão útil ou prejudicial para o bem-

estar de seus súditos/eleitores é o modo como as figuras públicas exercitam seus deveres públicos – foi pelo ralo, sinalizando para que o interesse público na boa sociedade, na justiça pública ou na responsabilidade coletiva pelo bem-estar individual a siga no caminho do esquecimento.(BAUMAN, 2001 p. 83)

No novo cenário político as condições de vida levam os homens e mulheres a procurar exemplos, e não líderes. As pessoas esperam que os seus líderes sob os refletores mostrem como as coisas que importam são feitas, as melhores decisões a serem tomadas. Apesar de sua posição, no espetáculo cotidiano das celebridades, homens e mulheres de Estado não ocupam uma posição privilegiada. Vimos como não importa muito qual a razão da “notoriedade” que faz com que uma celebridade seja uma, um lugar sob os refletores é um ponto em comum entre estrelas do cinema, participantes de reality shows e ministros de Estado.

Em comum a todos, a espera que confessem para consumo público e ponham suas vidas privadas à disposição, e que não reclamem se outros o fizerem por eles. Mesmo que ao terem suas vidas expostas, estas se revelem pouco esclarecedoras ou até mesmo relevantes: visto que nem todos os segredos privados contêm lições que outras pessoas poderiam considerar úteis. Mas o desapontamento destas revelações parece irrelevante, não diminui o apetite por elas, pois o modo como as pessoas individuais definem individualmente seus problemas individuais e os enfrentam com habilidades e recursos individuais é a única questão pública remanescente e o único objeto de interesse público.

Na esfera pública contemporânea a celebridade ocupa o lugar da autoridade (COSTA, 2004), mas de maneira bem específica, a autoridade do provisório. As celebridades assumem tal posto por saberem aliar moda e tecnologia a serviço da *moral do entretenimento*⁵. Afinada com esta moral, a celebridade é

⁵ A *moral do entretenimento* é aquela que promove a vida como entretenimento, uma extensão imaginária da realidade-espetáculo. Consiste em tratar os eventos não apenas como algo

programada para idolatrar o momentâneo e desaparecer juntamente dele. Ao redor de seu nome orbita uma legião de seguidores, imitadores, aduladores, detratores e comentadores que jamais se cansam de louvá-lo ou denegri-lo, até que seja completamente esquecido.

Ao contrário da autoridade tradicional, cuja marca são os dons incomuns, a celebridade prima exatamente pela falta de originalidade. A autoridade alia a notoriedade e o talento; enquanto a celebridade, sucesso e visibilidade. A pessoa célebre dispensa quaisquer qualidades excepcionais, pois, mesmo se as possui, o que importa é seu potencial de entreter. Por isso mesmo, nos depoimentos das celebridades interessa apenas realçar o que elas tem de mais insignificante e leviano. Numa entrevista, o objetivo de entrevistadores e entrevistados coincide, saciar a curiosidade do público ou espectador acerca dos segredos do sucesso ou dos ideais morais do mundo do entretenimento.

“Em depoimentos do tipo, o principal objetivo de entrevistadores e entrevistados é saciar a curiosidade do público ou espectador acerca dos *segredos do sucesso* ou dos *ideais morais* do mundo do entretenimento. A fórmula se repete com uma previsibilidade monótona. Os astros ou estrelas, ao falar de suas experiências, sempre revelam o que todos já sabem, mas precisam ouvir de novo para persistirem crendo no que a realidade nega incessantemente. (COSTA, 2004 p. 170)”

Todos os dias a mídia nos apresenta a novas celebridades, "figuras atraentes" que interpretam o mundo para nós (MENDONÇA, 1999). A partir de agora eles são nossos porta-vozes, mas não necessariamente de nossas idéias, de nossas posições políticas, são apenas os porta-vozes da grande sociedade do espetáculo que a Indústria Cultural moldou. A Indústria Cultural não é exceção num

descartável, mas como algo que ocorre em um mundo anônimo, estranho aos interesses de qualquer cidadão concreto.

mundo globalizado, quando ela passa a ter dimensão mundial a "personalidade atraente" é a que tem permanência constante, é a que possui o que Umberto Eco chamou de "visibilidade na mídia". Por isso ela fala por nós, ela substituiu as divindades que guardavam nosso destino, que nos indicavam o caminho certo a seguir.

Mas o que vem a ser uma celebridade? Recorrendo a Mills (1962), as celebridades são os nomes que não precisam de melhor identificação. Estamos falando naqueles que o número de pessoas que as conhecem excede o número de pessoas que conhecem. Onde quer que estejam, as celebridades são reconhecidas e, o que é mais importante, festejadas e recebidas com um misto de comoção, admiração e surpresa. Todos os seus atos possuem algum valor publicitário, por determinado período de tempo são atrações habituais nos meios de comunicação e diversão. E ao término do seu auge de exposição na mídia (o que, aliás, tem sido cada vez mais efêmero) é comum escutarmos a seguinte interrogação: "Lembra-se dele?" Este outro segmento que começa a surgir no ramo televisivo, o resgate das celebridades de outrora. Note-se inclusive que as celebridades profissionais dos meios de comunicação em massa não dispõem de qualquer poder, e são na verdade figuras efêmeras, entre as celebradas.

Outra definição possível da celebridade encontra-se em Morin (1975), que define tais pessoas como "olimpianos". A notoriedade para Morin nasce do imaginário, dos papéis encarnados no cinema (astros), de uma função sagrada (realeza, presidência), de suas façanhas (atletas) ou simplesmente eráticos (os playboys e socialites). O termo "olimpianos" deve-se à dupla natureza das celebridades, são simultaneamente magnetizados no imaginário e no real, ao mesmo tempo ideais inimitáveis e modelos de comportamento imitáveis, essa dupla natureza seria análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã. Se por um lado os olímpianos são sobre-humanos no papel que encarnam, são humanos na existência privada que levam. E a imprensa ao mesmo tempo que lhes atribui um papel mitológico, vasculha suas vidas privadas à procura de atributos

humanos que possibilitem a identificação com o público.

“simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-deus da religião cristã: olimpianas e olimpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. Um Olimpo de vedetes domina a cultura de massa, mas se comunica, pela cultura de massa, com a humanidade corrente. Os olimpianos, por meio de sua dupla natureza, divina e humana, efetuam a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação (MORIN, 1975:92)”.

A celebridade profissional, seja ela homem ou mulher, é o supremo resultado de um sistema de estrelas numa sociedade que fez da competição um fetiche (MILLS, 1962). O autor chamava atenção para o fato desse sistema ser tal ao ponto de um homem, por ser um grande jogador de beisebol, ganhar acesso ao Presidência da República dos Estados Unidos⁶. A informação os elege como vedetes da atualidade, elevando à dignidade de acontecimentos históricos os fatos mais corriqueiros, destituídos de qualquer significação política (MORIN, 1975), casamentos e divórcios são noticiados com pompa de acontecimentos de Estado. Podemos comparar a vida de celebridade de um ex-Big Brother com os membros do café-society⁷ nos anos 30, descritos por Mills, a vida destes baseava-se acima de tudo na publicidade. Seus membros freqüentemente pareciam viver unicamente para a menção exibicionista de seus atos e relações pelos cronistas sociais e pelos colunistas de mexericos.

As celebridades “clássicas”, estrelas de cinema e as atrizes da Broadway, cantores e comédicos da TV eram celebradas pelo que faziam nos meios de comunicação e para eles. Eram celebradas porque eram mostradas como

⁶ No caso brasileiro, poderíamos facilmente comparar ao status de um jogador de futebol da seleção brasileira.

⁷ Trata-se dos freqüentadores dos cafés de Nova York durante o período em questão, estamos falando aqui de artistas, atletas, milionários, etc. Aqueles que a seguir convencionou-se chamar de celebridade.

celebridades, se não fossem celebradas, num espaço muito curto de tempo seus empregos correriam sérios riscos, bem como seu status. Para eles, a ânsia de prestígio tornou-se uma ambição profissional (MILLS, 1962): a própria imagem que de si fazem depende da publicidade, que necessitam em doses cada vez maiores.

A fama é potencializada de tal forma que é comum parecer ter apenas fama e nada mais. Ao invés de serem famosos por ocupar posições de prestígio, ocupam essas posições por serem famosos, deixa-se de identificar o indivíduo por sua ocupação ou habilidades, simplesmente seu nome serve para ser reconhecido. A aura em torno de sua pessoa faz deles pessoas encantadoras, e são celebradas permanentemente: parecem viver uma vida superior, acima de nós, pobres mortais.

No olimpo que domina a cultura contemporânea, e através dele se comunica com a humanidade toda, os olímpianos graças à sua dupla natureza (divina e humana), são responsáveis pela circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação (MORIN, 1975). Isso ocorre pois realizam os atos que os meros mortais não podem realizar, mas os chamam para realizar o imaginário. Com o *“Big Brother Brasil”* podemos presenciar o nascimento, vida e morte de celebridades, olímpianos. Os *“brothers”* são promovidos ao status de celebridades por simplesmente terem revelado sua intimidade diante das câmeras, a naturalidade como se apresentam passa a impressão ao espectador de que qualquer um pode ser um *“brother”*, basta ter a sorte de ser selecionado para participar. Uma celebridade *“natural”*, as pessoas conhecem de antemão a intimidade dos novos olímpianos, não é necessário vasculhar sua vida em busca de segredos, justamente a revelação desses segredos é o que fez ocupar seu lugar de status.

Ao participamos ativamente e intimamente de sua vida cotidiana, os *“brothers”* tornam-se nossos modelos para conduzirmos nossas próprias vidas. A simpatia torna-se único atributo necessário, daí ele poder seguir o caminho que quiser, na carreira artística que ambicionar: da literatura à interpretação; ou simplesmente à vida de celebridade por si mesma, sendo convidado das festas mais

badaladas e dos eventos mais restritos. Torna-se a habitu  de revistas que cobrem a vida dos famosos, que trazem detalhes de sua vida profissional e sexual.

A possibilidade da fama   uma das preocupa es mais constantes dos participantes, nas suas conversas dentro da casa (BENTES, 2002), até como remédio para o tédio imperante. Numa tentativa de prever seu futuro, os palpites são bem variados, vejamos alguns dos participantes da quarta edi o⁸: Juliana sonha seguir carreira como atriz, no cinema; Geris acredita estar preparada para ser uma cantora conhecida nacionalmente; Zulu se v  ao lado de Marcelo em capas de revistas de lutas. Especula es   parte, Marcelo vai mais longe, "*A gente   estrela!*"

Uma das anima es da produ o parodiava a abertura da novela "*Celebridade*", no ar pela Rede Globo   época (2004), Cida encerrava com a afirma o: "*Big Brother Brasil 4: celebridade!*" Participar de programas no formato torna-se atrativo até mesmo para as próprias celebridades, aquelas afastadas da m dia há algum tempo. A sexta edi o do programa, exibida entre janeiro e abril de 2006 apesar de manter os bons índices de audiência (as edi es de terças-feiras deram 48 pontos, quatro a menos que quinta edi o) já revelou certo desgaste: os participantes, conhecedores do formato, preocuparam-se em ser politicamente corretos, em evitar os conflitos e intrigas, e o conteúdo do programa foi um tanto morno em compara o a outras edi es, como por exemplo o "*Big Brother Brasil 4*". O próximo "*Big Brother Brasil*", o s timo⁹, pode ser o último com participantes an nimos, realizando um velho sonho de J.B. de Oliveira, o Boninho, diretor-geral do "reality show" da Globo, que já planeja realizar há alguns anos a versão brasileira do "*Big Brother VIP*", com celebridades. Além disso, o "*Big Brother VIP*"   uma tendência mundial após três ou quatro edi es do convencional, o diretor prevê depois da sétima edi o, pelo menos três edi es com celebridades.

A fórmula de sucesso das celebridades   bem previsível: "seguir o

⁸ Aqui   feita uma rápida referência a alguns participantes, eles serão apresentados e conhecidos de forma mais aprofundada no terceiro capítulo.

⁹ Entre janeiro e abril de 2007.

coração”, “confiar na intuição”, “deixar fluir as emoções”, “não se deixar intimidar pelas culpas e medos do outro”, “correr atrás de um sonho” etc (COSTA, 2004). Da mesma forma seus ideais morais podem ser considerados inconseqüentes, defendem o “viva e deixe viver!”, e ao fazerem isso, demonstram como seus ideais e condutas também são descartáveis: do uso de drogas até as ondas espirituais da moda, tudo é aceito de uma hora pra outra e pode ser descartado no momento seguinte. Mas mesmo que as pessoas percebam a superficialidade da fama (o que acontece com facilidade), continuam a desejá-la, porque está ciente de que ruim com ela, pior sem ela.

Ainda segundo Costa (2004), o dilema moral da contemporaneidade não é mais o da escolha entre “ser” e “ter”, mas o da escolha entre “ser” e “parecer”. Esta é a faceta mais dura e alienante da felicidade proporcionada pelas sensações, embora seja a mais natural do ponto de vista cultural. A realidade é duplamente distorcida: primeiro, por ser reduzida à espessura da superfície espetacular; depois, por se tornar uma cena-fantasma que o indivíduo protagoniza como se fosse um turista em férias por lugares exóticos.

Na contemporaneidade para o autor a diversão monopoliza a participação social a ponto de habituar o indivíduo a se eximir de pensar eticamente sobre o que acontece. A origem de tal hábito estaria na disposição psicológica que temos para negar o que é incômodo, e no modo como o espetáculo nos conta a realidade. Nos meios de comunicação de massa, discussões sobre temas que interessam a todos ganham um pretensível caráter de “neutralidade” que apesar das justificativas “democráticas”¹⁰ implicitamente incentivam o descompromisso. Com o pretexto da imparcialidade, a mídia adota um distanciamento moral dos fatos que é uma mera tática de marketing, visando agradar aos usuários e evitar que eles se entediem e procurem a versão do concorrente.

O sujeito fruto da cultura contemporânea aprende a se posicionar diante

¹⁰ Afirma-se que os dois lados da questão são expostos, e não é defendida a posição de nenhum dos lados.

dos negócios públicos com o ar desprendido de quem “denuncia” o que vai mal e “elogia” o que vai bem, mas sem que ele próprio se sinta implicado ou responsável na conjuntura que comenta. A comunicação social deixa de ser um foro da liberdade de expressão para se tornar uma feira de atrações na guerra pelos índices de audiência, o circo dos horrores cotidiano. Isso é bem visível na postura tomada atualmente pelos jornalistas:

“A atitude jornalística, cujo objetivo é entreter para garantir os melhores patrocínios, se torna um arremedo do ideal cívico. Vícios e virtudes sociais ou são vistos como ações de pessoas com as quais o sujeito não se identifica ou como fatos dos quais não se acha partícipe. O que “vai bem” é obra dos heróis e das celebridades do momento; o que “vai mal”, dos eternos vilões midiáticos: famílias sem valores; pais incompetentes; governantes incapazes; policiais subornados por bandidos; parlamentares, magistrados e administradores corruptos; traficantes de drogas e outros delinqüentes; sindicalistas; sem-terra; consumismo; concentração de renda; grupos de esquerda ou de direita; *pitboys*, enfim, o que estiver em cartaz nos últimos noticiários (COSTA, 2004 p. 233).”

Prevalece uma conduta incoseqüente, resultado da forma como o indivíduo se isenta de responsabilidade para com seu mundo real, a fim de gozar a fantasia da realidade-espetáculo. Os sujeitos, impotentes para mudar a fachada ilusória do espetáculo, tentam compensar a impotência convencendo-se de que são autores da vida fantasiosa, enquanto não passam de personagens passivos do espetáculo. Por exemplo, os “*brothers*”, que se afirmam como jogadores na verdade são personagens do espetáculo televisivo. Mas não há ilusões aqui, ao mesmo tempo em que sua vida privada é devastada diante das câmeras um cinismo velado (representado no prêmio em dinheiro) compensa qualquer eventual perda afetiva ou moral dos participantes¹¹. O público compactua com a mesma moral torta, se

¹¹ Tanto os parentes e amigos deixados do lado de fora como as novas amizades surgidas no programa estão em segundo plano quando se trata dos interesses individuais de cada um. Interesses que compensam até mesmo as intrigas geradas no programa.

alimentando das emoções, intrigas e ambições dos “*brothers*”.

Podemos no “*Big Brother Brasil*” confirmar as observações de Hannah Arendt (2001), não é apenas o limite entre público e privado que desaparece, no momento em que a intimidade torna-se atração televisiva cai o último refúgio seguro da subjetividade. Presenciamos um fato singular e até então inesperado, o fenômeno de uma “solidão de massa”:

“O motivo pelo qual esse fenômeno é tão extremo e é que a sociedade de massas não apenas destrói a esfera pública e a esfera privada: priva ainda os homens não só do seu lugar no mundo, mas também do seu lar privado, no qual antes eles se sentiam resguardados contra o mundo e onde, de qualquer forma, até mesmo os que eram excluídos do mundo podiam encontrar-lhe o substituto no calor do lar e na limitada realidade da vida em família (ARENDR, 2001 p. 68).”

Aqui se faz valer a função fundante dos meios de comunicação de massa (BUCCI, 2004): constituir e conformar o espaço público. É todo o processo de socialização o que está se transformando pela raiz ao trocar o lugar onde se mudam os estilos de vida, ao se tomar o espaço público por questões privadas perdemos de vista noções básicas de democracia e cidadania. Hoje quem assume essa função mediadora são os meios de comunicação de massa. A mediação televisiva passou a constituir a trama dos discursos e da própria ação política, o que ela produz é a densificação das dimensões rituais e teatrais da política. Pois a televisão não se limita a transmitir as representações existentes, ainda que não seja capaz de substituí-las ela começou a constituir a cena fundamental da esfera pública. Um debate que suscita também a questão de que papel a televisão cumpre na redefinição da esfera pública brasileira, e o lugar que ocupa o “*Big Brother Brasil*” no processo todo.

2 – A TELEVISÃO BRASILEIRA

Para falar no papel da televisão na cultura brasileira, cabe antes situá-la no contexto da televisão mundial e da indústria do entretenimento. Segundo estudo feito pela *Price Waterhouse Coopers*, intitulado “*Global Entertainment and Media Outlook – 2004-2008*” (FSP 11/07/04), a previsão é que no período em questão o setor de entretenimento cresça mais do que se prevê que crescerá a economia mundial em geral. Teríamos um aumento médio de 6,3% ao ano, ante um crescimento econômico global previsto de 5,7%, segundo números do Banco Mundial, da própria PWC e da Wilkofsky Gruen Associates. A cultura realmente se tornou uma indústria, e das mais rentáveis da economia contemporânea.

O estudo da empresa de auditoria multinacional é dividido em receita gerada pela publicidade e a gerada diretamente pelos consumidores, e engloba 14 segmentos, mídia (jornais, revistas, rádio), acesso à internet e os diretamente ligados à cultura, como cinema e indústria fonográfica. Juntamente da pesquisa a Folha de São Paulo divulgou uma estimativa que levava em conta apenas os gastos dos consumidores, e apenas nestes setores culturais, como música e indústria cinematográfica, totalizando oito categorias, o resultado é que a receita global pula de US\$ 607,2 bilhões (em 2003) para 807,7 bilhões em 2008, com crescimento médio ainda maior do que o já previsto, de 6,8%. No mesmo período, o PIB (Produto Interno Bruto, total de riquezas produzidas) brasileiro cresceu em 2004 4,9% e em 2005 2,3%. Acrescentando ainda: estima-se que o total de dólares que os consumidores de cultura do mundo inteiro irão gerar em 2008 equivale a quase duas vezes o PIB brasileiro.

Falando especificamente na televisão, entre as oito nações que concentram três quartos de audiência de televisão mundial, o Brasil é o único país que não se localiza no hemisfério norte; os outros países são Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Japão, Austrália, Alemanha e França. O Brasil é o quarto país em número de aparelhos televisivos – eletrodoméstico que a partir dos anos 90 lidera a

lista dos mais vendidos – , ficando atrás apenas dos Estados Unidos, Japão e Reino Unido.

Quantos aos investimentos publicitários feitos na televisão, em comparação com os demais feitos em outros meios de comunicação, como o rádio e o jornal, o volume no Brasil também é maior do que em outros países. Mais da metade da verba publicitária é gasta na televisão, ela recebe 2,484 bilhões de reais (57,3%) dos 4,337 bilhões gastos no primeiro semestre de 2001¹². Ainda destaca-se na televisão brasileira a baixa porcentagem de programação importada exibida em horário nobre. Em 1983 apenas 23% da programação exibida era importada, época em que somente Estados Unidos, França, Itália e Inglaterra apresentavam índices tão baixos. A televisão brasileira conseguiu inverter a direção dos circuitos internacionais de mídia exportando novelas para países em todos os continentes, a começar, em 1975, por Portugal, e atualmente já atingiram mais de cem países, desde Estados Unidos até a China.

A presença intensa da televisão no Brasil é destacada por Esther Hamburger em *“Diluindo Fronteiras: A Televisão e as Novelas no Cotidiano”*¹³ (1998), que descreve a paisagem brasileira a partir da televisão: “A penetração intensa da televisão no Brasil está inscrita na paisagem urbana e rural, nas páginas de revista, na profusão de aparelhos nos interiores das casas, nas mansões de alto luxo, nos barracos das favelas das cidades grandes, nas casas modernas e nas praças públicas de cidades pequenas (HAMBURGUER, 1998 p. 440).” Além disso, podemos perceber a presença da televisão no interior das casas, não são raros os casos de diversos aparelhos por domicílio, dispostos em vários cômodos das residências, às vezes em meio a altares domésticos (o próprio desenho dos móveis valorizando o aparelho). A autora considera tal quadro um paradoxo do mundo globalizado: a presença maciça da televisão em um país situado na periferia do mundo ocidental. Mas este é apenas mais um dos inúmeros paradoxos de uma

¹² Segundo o projeto Inter-Meios, de Meio & Mensagem, divulgado no Almanaque Abril 2002.

¹³ Ensaio publicado no quarto volume da coleção *“História da Vida Privada no Brasil – Contrastes da Intimidade Contemporânea”*.

nação que ao longo de sua história foi se construindo como uma sociedade de contrastes: riqueza e pobreza, modernidade e arcaísmo, sul e norte, litoral e interior etc.

Em meados dos anos 50, o proprietário dos Diários Associados, Assis Chateaubriand inaugurou a primeira emissora brasileira de televisão, a TV Tupi de São Paulo. No início, a emissora contava com a assessoria de técnicos americanos da RCA Victor e com profissionais oriundos das redes de rádio. A Tupi logo expandiu seu raio de alcance, criando as Emissoras Associadas com afiliadas em outras capitais. Em 1955 a rede já possuía estações no Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Recife, Campina Grande, Fortaleza, São Luís, Belém, Goiânia e Belo Horizonte. Nos primeiros vinte anos de história, a rede de Chateaubriand liderou o mercado de televisão, porém enfrentou a concorrência de outras emissoras praticamente desde o início da empreitada.

Quanto a outras redes, foram aos poucos surgindo: em 1952 a TV Paulista, em 1953 a Record, em 1954 a TV Rio, em 1956 a TV Itacolomi de Belo Horizonte, e em 1958 a TV Cultura de São Paulo (também pertencente às Associadas). Em 1960, dez anos após a inauguração da primeira emissora, apenas 4,61% dos domicílios brasileiros possuía um aparelho de televisão. A maioria deles se encontrava na região sudeste, com 12,44% de domicílios com TV, porcentagem que nas outras regiões não chegava a 1%.

Mas, apesar da proliferação inicial de emissoras na região sudeste, é somente a partir dos anos 70 que a televisão brasileira se consolida. Em 1970, vinte anos após a inauguração da emissora de Chateaubriand, somente 24,11% dos domicílios brasileiros contavam com pelo menos um aparelho de televisão. Domicílios em sua maioria localizados no litoral e nas regiões sul e sudeste. Mas mesmo no sudeste, onde se encontrava a maior porcentagem de domicílios com TV, esse número não chegava à metade do total de domicílios, ficando nos 40,64%. No nordeste, onde se achava a menor proporção de domicílios com TV, a porcentagem não passava de 6,28%.

Porém, durante seus primeiros vinte anos de história, a televisão era um veículo de alcance limitado em razão do baixo número de domicílios que possuíam um aparelho e da reduzida extensão do território nacional capaz de receber sinais de televisão. E faz-se notar, ao acompanharmos as modificações econômicas do período, que o número de domicílios com televisão na região centro-oeste cresceu rapidamente, ultrapassando a região nordeste.

Tabela 1
Domicílios brasileiros com televisão:

Brasil	1960 4,6%	1970 22,8%	1980 56,1%	1990 71,0%	2000 89,1%
Norte	0,00%	8,0%	33,9%	48,7%	69,7%
Nordeste	0,26%	6,0%	28,1%	47,2%	78,5%
Centro-oeste	0,34%	10,5%	44,7%	69,7%	87,1%
Sudeste	12,44%	38,4%	74,1%	84,4%	94,2%
Sul	0,80%	17,3%	60,5%	79,7%	91,5%

Fonte: IBGE (Censo demográfico das últimas cinco décadas)

Com uma audiência estimada de 98,7 milhões de telespectadores, em 1991 a TV atingia 71% dos domicílios brasileiros, emitindo sinais para 99% do território nacional, inclusive para regiões que à época ainda não tinham acesso à energia elétrica. De acordo com pesquisa do Instituto Ipsos-Marplan¹⁴, 97% da população brasileira com mais de 10 anos de idade assiste televisão pelo menos uma vez por semana. Qualificando um pouco melhor esta audiência: a maior audiência ocorre entre mulheres (53%) da classe C (37%), com idade entre 20 e 29

¹⁴ Divulgada no Almanaque Abril 2002. O estudo foi feito no primeiro semestre de 2001 em nove regiões metropolitanas brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, Curitiba, Fortaleza e o Distrito Federal).

anos (23%).

Ao longo dos mais de cinquenta anos de história da TV no Brasil, o Estado por intermédio dos sucessivos governos influenciou diretamente nessa indústria. Sempre deteve o poder de conceder e cancelar concessões de TV, mas nunca deixou de estimular as emissoras comerciais. Nas décadas de 50 e 60, o poder público contribuiu de forma substancial para o crescimento da televisão, mediante empréstimos concedidos por bancos públicos a emissoras privadas. E durante o regime militar os investimentos aumentaram ainda mais, na forma de instalação de infra-estrutura e divulgação de anúncios publicitários.

Particularmente, até o início dos anos 60 havia pouca regulamentação sobre televisão. Durante seu curto governo o presidente Jânio Quadros (01/61-08/61) criou o Conselho Nacional de Telecomunicações, que regulamentava a duração dos comerciais e determinava que programas estrangeiros deveriam ser dublados. Além disso, o Conselho estabelecia uma cota para a exibição de filmes nacionais diariamente pelas as estações de televisão.

Mas é a partir de 1964, com o início do regime militar, que a ingerência do Estado na televisão aumentou de forma quantitativa e qualitativa. As telecomunicações foram consideradas estratégicas pelo regime, como forma de implementar a política de desenvolvimento e integração nacional. Os militares fizeram os investimentos necessários em infra-estrutura para tornar possível a ampliação da abrangência da televisão, e aumentaram seu poder de ingerência na programação por meio de novas regulamentações, de uma forte censura e por políticas culturais normativas. Em 1968 foi inaugurado um sistema de transmissão de microondas, que estendia o tráfego de ondas televisivas via terrestre para além dos estreitos limites de até então.

As explicações para um controle tão rígido eram fornecidas pelo então Ministro Quandt de Oliveira, em uma aula inaugural do Curso de Comunicação do Centro de Ensino Unificado de Brasília (CEUB), em 1975:

“A política de comunicação adotada no Brasil, no setor de radiodifusão, é a de

responsabilidade social pela iniciativa privada, em que o Estado procura, salvaguardando a liberdade de expressão, estabelecer princípios que garantam o uso social dos meios de comunicação, tornando-os ao mesmo tempo responsáveis pelo conteúdo e conseqüências das programações transmitidas. (...) A televisão tem um forte poder de penetração nos lares e influi nas pessoas numa extensão que, entre todos os meios de comunicação de massa, só é comparável à do rádio. (...) A televisão é vista e ouvida nos lares de todas as classes sociais, desde as mais abastadas às de menos renda. Antenas receptoras de televisão fazem-se presentes tanto nos tetos dos edifícios de apartamentos, residências luxuosas, como nos casebres, casas simples, favelas e mocambos. Desta forma, sendo uma constante na vida das comunidades, a televisão atinge a adultos e crianças, pessoas de diferentes credos religiosos, costumes e formações culturais. O telespectador é essencialmente um público do lar, normalmente descontraído e receptivo às imagens e sons que o divertem, enquanto proporcionam descanso às suas mentes e corpos. A relação que deve existir entre os programas de televisão, o próprio vídeo e os telespectadores é semelhante à do anfitrião e seus convivas. Da mesma forma que o anfitrião é responsável pelo bem-estar dos seus hóspedes, a televisão, através dos programas que transmite, é responsável pelas influências que possam causar aos seus convidados. A teleaudiência e os efeitos produzidos podem ser tanto de curta como de longa duração. (...) Daí, o perigo de apresentações indesejáveis, como as cenas de violência, a apresentação parcial da realidade, a absorção de costumes e de valores sociais e morais alienígenas. Cumpre, pois, que as autoridades responsáveis pelos destinos da Nação procurem preservar nossos valores autênticos, protegendo e preparando os dirigentes do Brasil de amanhã.(MIRANDA, 1983 p.25-28)”

Logo depois o governo brasileiro passou a financiar a comunicação via satélite, centralizada na estação de Itaboraí-RJ. Em 1974, novas estações via satélite possibilitaram que sinais televisivos atingissem capitais da região norte, como Manaus-AM e Cuiabá-MT. Em 1981, um acordo da Embratel com as redes Bandeirantes e Globo permitiu às emissoras transmitir sua programação para todo o território nacional. Estes sinais podiam ser captados por qualquer antena parabólica, o que facilitava em muito o acesso a eles de regiões distantes de estações repetidoras, e estimulou o surgimento de uma indústria de antenas parabólicas. A comunicação via satélite foi incrementada em 1985 e 1986, quando foram lançados os dois primeiros satélites brasileiros.

Durante o regime, as redes de televisão eram muito subservientes às contingências do Estado (que tinha o poder de conceder e retirar concessões quando bem entendesse). Podemos ir além, e dizer que a própria televisão enquanto meio de comunicação se colocava como um prolongamento do Estado autoritário, no próprio conteúdo de sua programação. Um exemplo dessa parceria

pode ser encontrado no tom oficial que adquiriu o telejornalismo, principalmente no Jornal Nacional da Rede Globo, quando seu apresentador Cid Moreira fazia o papel de porta-voz do regime. Para os militares não bastava ter no rádio “A Voz do Brasil”, era necessário ter na TV o Jornal Nacional, pois o fato dele ser produto de uma emissora privada, portanto representante da sociedade civil, passava a impressão que esta legitimava o governo, e de que vivíamos numa democracia.

Numa espécie de retribuição, dentre todas as emissoras a Rede Globo foi a maior beneficiária das políticas de comunicação do regime. A rede fundada em 1965 cresceu rapidamente, motivada pelas relações amistosas com o regime, em sintonia com o incremento do mercado de consumo. Internamente, a Rede Globo contava com uma equipe de produção e administração preocupada em otimizar o marketing e a propaganda, e um grupo de talentosos criadores de esquerda vindos do cinema e teatro. Além disso, cresceu em consonância com outros processos estruturais de mudança ocorridos no mesmo período: o intenso êxodo rural, a industrialização e proletarização do trabalho no campo, o desenvolvimento de um amplo mercado de consumo, as mudanças familiares, como a diminuição do número de filhos por família.

Mas o modelo de TV implementado pela ditadura sobreviveu à democratização, simplesmente ocorreu um rearranjo, que lhe deu um poder ainda maior. Era de se esperar que terminado o período ditatorial as empresas se adequassem a regras mais democráticas, menos subservientes, e que a TV e o Estado se afastassem. Mas surpreendentemente a relação entre os dois lados se tornou mais estreita, e a televisão converteu-se na fonte de poder político.

Durante o governo Sarney (1985-1989), por meio do seu Ministro das Comunicações, Antonio Carlos Magalhães, não apenas manteve as antigas concessões como ameaçou as redes de revisão a fim de obter apoio em outras áreas. Quanto aos critérios clientelistas na radiodifusão, eles continuariam durante toda a sua administração, tendo sido extensivamente usado principalmente ao longo do processo de elaboração constitucional, em particular quando da votação da

prorrogação do mandato presidencial de quatro para cinco anos.

As relações entre o Estado e as emissoras de televisão se modificaram novamente na década de 90, quando os investimentos públicos diminuíram, findou a censura, e o mercado de televisão se segmenta com a introdução da TV a cabo. O acirramento da competição entre as redes de TV aberta deveria, pelo menos teoricamente, levar as emissoras independente de sua orientação política, a uma postura mais autônoma em relação aos governos e os partidos políticos.

Mas novamente a Rede Globo mostrou como essa relação ainda era estreita, após a redemocratização foi protagonista de dois eventos singulares na história recente da televisão. Primeiramente em 1989, quando o último debate do segundo turno das eleições presidenciais (as primeiras após o fim da ditadura) entre Luís Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Mello (cuja família também era dona de rede de televisão no estado do Alagoas) teve uma cobertura tendenciosa por parte do Jornal Nacional. O ponto alto da cobertura foi uma edição dos melhores momentos do debate favorecendo Fernando Collor, a repercussão do episódio foi tamanha que levou a uma retratação da Rede Globo e ao pedido de demissão do então editor-chefe do telejornal, Armando Nogueira.

Três anos mais tarde, 1992, durante o processo de *impeachment* do já eleito Fernando Collor, a Rede Globo levou um bom tempo para cobrir as manifestações estudantis que se espalhavam pelo país a fora. Curiosamente, passada uma década a Rede Globo posa de progressista ao lançar em DVD a minissérie *Anos Rebeldes* (exibida também em 1992), afirmando que a minissérie marcou época por ter influenciado o movimento estudantil que tomou as ruas pedindo o *impeachment* do presidente. A minissérie conta a história de um grupo de jovens que viveram os anos 60 no Rio de Janeiro, e participou ativamente do movimento estudantil contra a ditadura. Mas é bastante improvável que a exibição de *Anos Rebeldes* tenha sido planejada pela produção da emissora no intuito de derrubar o presidente, ou ainda, que o autor Gilberto Braga tenha ambicionado algo para além de retratar o cenário político efervescente dos anos 60. Nem mesmo seu

período de exibição nos permite especulações maiores, enquanto a crise se estendeu de maio a outubro de 1992, a duração da minissérie foi de julho a agosto do mesmo ano.

A lentidão com que a TV evolui para um modelo mais plural é análoga e simultânea ao da evolução da democracia, ela anda devagar porque a evolução política é igualmente vagarosa e consentida. No Brasil raramente ocorrem rupturas, vide o lema da bandeira nacional, “Ordem e Progresso”, cumprido a risca, sobretudo pelas elites. Da mesma forma ocorre com a TV, ela avança ou não segundo as mesmas leis que regem o ritmo dos avanços das formas de poder.

O projeto de integração nacional pretendido à época do regime militar, levado a cabo por uma política cultural específica, alcançou seu êxito graças, sobretudo à televisão. Ao espalhar antenas e satélites por todo o território brasileiro oferecia a infra-estrutura para que o país fosse integrado, via Embratel. Em outras áreas o regime não foi tão feliz, mas no que diz respeito as telecomunicações, o Estado conseguiu atingir seus objetivos. O resto do serviço foi executado pelas grandes redes, principalmente a Rede Globo.

Mas vejamos essa integração para além de limites geográficos e econômicos, analisemos seu impacto cultural sobre o Brasil. Por exemplo, quanto ao teor destes conteúdos: não é feita qualquer distinção de pertencimento social, classe ou região geográfica. Assim ela torna disponíveis repertórios anteriormente restritos a certas instituições socializadoras tradicionais, como a escola, a família e a Igreja. Trazendo novamente as observações de Hamburger (1998) podemos ver que em nosso país a televisão se tornou a partir da década de 1960, o suporte do discurso (em grande parte graças às políticas vistas aqui), ou dos discursos que identificam o Brasil para o próprio Brasil.

Dessa maneira, a televisão se insere no debate da esfera pública brasileira, pois ela seria emblemática do surgimento de um novo espaço público, ao fornecer a auto-imagem dos brasileiros, a televisão passou a controlar o processo de formação de identidades, antes sob o controle de outras instituições. Intelectuais,

políticos e governantes perderam seu espaço na vida pública brasileira para a televisão, e particularmente (destaca a autora), para a telenovela.

Mas quanto à legitimidade dessa esfera pública televisiva? Nesse sentido Esther Hamburguer afirma que sua legitimidade se daria de uma forma toda peculiar: ao invés de estar calcada em instrumentos institucionais consolidados, tais como as eleições, a televisão busca legitimidade em mecanismos de mercado, regidos pelos comportamentos de telespectadores. Baseando-se em diferentes pesquisas de audiência e opinião, os profissionais de marketing e propaganda da televisão constroem imagens da audiência que gostariam de atingir e com as quais dialogam. Sobre o funcionamento dos institutos e as implicações das pesquisas, a autora comenta:

“Baseados em diferentes pesquisas de audiência e opinião, os profissionais de marketing, propaganda e televisão constroem imagens da audiência que gostariam de atingir e com as quais dialogam. Os mecanismos de pesquisa sintonizam emissores e receptores, e garantem uma dinâmica constante de captação e transformação de representações. Indivíduos telespectadores que se formam consumidores antes mesmo de se tornarem cidadãos constituem a unidade de referência do mercado televisivo no Brasil. (HAMBURGUER, 1998 p. 459).”

Outras implicações de alcance político podem ser vislumbradas, pois quando se procura agradar o gosto médio (presumido através das pesquisas) é privilegiado o consenso ao invés do debate. Ou melhor dizendo, o consenso não é apenas privilegiado, mas construído via o processo mediático. Uma visão unitária (ou totalitária se ousarmos) do país pressupõe que de norte a sul, os traços culturais regionais podem ser reduzidos a duas ou três variantes identificadas nas pesquisas de consumo.

Outros autores, como Bucci (1996), também se aproximam destas conclusões, mas esse autor em particular acrescenta à discussão uma perspectiva história um pouco mais ampla. No contexto de mudanças do período da

redemocratização brasileira, os meios de comunicação e especialmente a TV passaram a ser fatores constituintes e delimitadores de nossa esfera pública, a ponto de “o que é invisível para as objetivas da TV não faz parte do espaço público brasileiro (BUCCI, 1996 p. 11)”. É assistindo TV que as crianças ingressam no mundo do consumo, aprendendo a desejar suas mercadorias, antes mesmo de terem idade para conhecerem seus direitos. É também via televisão que desenvolvem seu comportamento em fases posteriores da vida, por ela que os adolescentes aprendem a namorar (temos novelas específicas para o público adolescente), e as donas-de-casa descobrem como decorar suas salas.

A análise de Bucci também aponta para o fato de nossa sociedade ter sido organizada dentro de parâmetros internacionais (ditados pela televisão), de uma cultura cada vez mais centrada no consumo, que atingiu seu ápice com a globalização nos anos 90. Vejamos estes parâmetros: “os mais marcantes, são a ditadura da informação visual, o deslocamento da dinâmica idealizada da opinião para uma dinâmica pragmática e publicitária da popularidade, a conversão do discurso político em videoclipe, a exacerbação da “sociedade do espetáculo”¹⁵. (BUCCI, 1996 p. 19)”

Retomando a discussão do capítulo anterior, esta é uma esfera pública erigida sob a égide da vida privada, como chama atenção Hamburguer (1998), e destacando no caso brasileiro o sucesso da telenovela como paradigmático nesse sentido. As telenovelas situam suas tramas num Brasil contemporâneo, construído a partir de certas convenções das representações geradas no eixo Rio - São Paulo. Esse cenário não é escolhido à toa, pois no referido eixo se concentra a indústria televisiva brasileira, que tem como alvo o público potencialmente consumidor das grandes cidades brasileiras. As telenovelas difundem por todo país uma visão glamourosa da vida da classe média, suas inquietações, sua ânsia de modernização, e sua identidade é construída mediante o consumo dos últimos lançamentos eletrônicos, via merchandising dos patrocinadores, além de estilos

¹⁵ Aqui o autor faz referência à obra de Guy Debord, que será vista de forma mais aprofundada no capítulo 4.

decorativos e de vestuário. As telenovelas reforçam e estabelecem padrões culturais:

“Os modelos de homem e mulher, de namoro e casamento, de organização familiar, divulgados pela novela e sucessivamente atualizados, amplificam para todo o território nacional as angústias privadas das famílias de classe média urbana do Rio de Janeiro e São Paulo. A novela estabelece padrões com os quais os telespectadores não necessariamente concordam mas que servem como referência legítima para que eles se posicionem. A novela dá visibilidade a certos assuntos, comportamentos, produtos e não a outros; ela define uma certa pauta que regula as interseções entre a vida pública e a vida privada (HAMBURGUER, 1998 p. 443).”

Para além das telenovelas, diversos programas durante toda história da televisão brasileira confirmam uma preocupação em retratar o “verdadeiro” Brasil, seriados e programas de auditório sempre estão às voltas com o tema da brasilidade. Tomemos o exemplo do seriado “*Malu Mulher*”, ainda nos anos 70, a partir de Miranda (1983): em um de seus episódios a personagem principal, a socióloga Maria Lúcia Fonseca (interpretada pela “*namoradinha do Brasil*” à época, Regina Duarte), ou simplesmente Malu, afirma em alto e bom tom para seus telespectadores, “Está na hora de assumir a nossa cara brasileira”.

A televisão, através de seus produtos, conseguiu captar, expressar e ao mesmo tempo alimentar as angústias e ambivalências que caracterizaram as mudanças sofridas na cultura nacional. Dessa forma, acabou se constituindo no veículo privilegiado da imaginação nacional, capaz de propiciar a expressão de dramas privados em termos públicos e dramas públicos em termos privados.

Mais recentemente, em 2002, a capa da revista *Época* (08/04/02) destacava o vencedor do primeiro “*Big Brother Brasil*”, Kleber de Paula, o Bambam. Além da foto do rapaz, a capa da revista trazia a seguinte manchete: “Um Brasileiro”. Na reportagem interna fazia a seguinte descrição: “Kleber é o brasileiro típico. Como 40% dos trabalhadores do país, não tem carteira assinada. Está entre os 87% que

não chegaram à faculdade e entre os 88% que ganham menos de R\$ 1 mil.”

A reportagem retrata a história de “sucesso” do ex-camelô, que aparentemente não tinha chance alguma na vida, mas da noite pro dia torna-se famoso no país inteiro, e ganha o prêmio de 500 mil reais. Também é ressaltada a identificação do público com Bambam, afinal de contas, foram os telespectadores que o escolheram como vencedor, cada telespectador mediano teria se enxergado nele, suas angústias, frustrações e desejos, pois o país inteiro sonha com a mesma oportunidade. E aparentemente essa oportunidade é acessível a qualquer espectador, o sonho de se tornar um “*Big Brother*” é alimentado pela televisão, revistas, etc.

Além disso, o programa se insere facilmente no paradigma televisivo do Brasil: o modelo de televisão que vingou no Brasil conseguiu unificar o país no plano do imaginário; fazendo com que um país desigual, crivado de contradições sociais se imaginasse como um país uniforme. Mas essas contradições, ainda que jogadas para debaixo do tapete, ainda não deixam de existir. De tempos em tempos histórias de superação, como a de Kleber, se fazem necessárias, já que passam a impressão de que nossas contradições fundantes são superficiais. Pode-se dizer assim que a grande função do formato do “*Big Brother Brasil*” seria ideológica? Acho que concluir isso seria ainda precipitado, primeiramente resgatemos o histórico do gênero televisivo dos reality shows, e a seguir uma análise mais aprofundada do programa em si.

2.1 - OS REALITY SHOWS E SUA HISTÓRIA

Podemos nos arriscar a dizer que as primeiras transmissões experimentais de televisão, na década de 20, já continham em si o germe que viria a resultar nos reality shows, simplesmente pelo fato de que a princípio todos os programas tinham

de ser transmitidos ao vivo¹⁶. O interesse pela “vida real” acompanha a televisão desde seus primórdios, nos anos 1940 Allen Funt conquistou o público com seu programa “Candid Camera”, avô das tão famosas “pegadinhas”, em que câmeras escondidas nas ruas flagravam situações cômicas ou vexatórias, sem que os seus protagonistas soubessem que estavam sendo filmados. Mas provavelmente a primeira experiência explícita de vigilância autoconsentida foi o programa “*An American Family*”, exibido na televisão norte-americana em 1972, dando nascimento àquilo que Jean Baudrillard chamou mais tarde de “*télévision-vérité*”: a vida cotidiana de uma família americana (uma família de verdade; nada de atores, nem de ficção) observada minuciosamente em sua privacidade, por inúmeras câmeras de televisão ininterruptamente durante sete meses seguidos.

Mas a família em questão, os Loud, de Santa Bárbara (Califórnia-EUA), foi destroçada em frente às câmeras de televisão. O casal Bill e Pat Loud se divorciou durante as filmagens. E o “personagem” mais sacrificado foi o filho Lance Loud, flagrado pelas câmeras numa relação homossexual; além de seu pai ficar sabendo de sua homossexualidade pelo programa, o rapaz foi transformado em alvo de chacotas em todo o país.

A atual febre dos reality shows teve início em meados dos anos 90, com a produção por parte da MTV norte-americana de “*The Real Life*”¹⁷, o programa contava o cotidiano de um grupo de jovens, que apesar de não se conhecerem passavam a viver juntos na mesma casa por alguns meses. O formato se apóia basicamente na exibição do cotidiano dos participantes, a “vida real”, sem roteiros, cortes ou direção. No entanto o cotidiano retratado nos reality shows está sujeito às

¹⁶ Somente em 1950 foi testada a gravação de imagem por um dispositivo produzido pela Bing Crosby Enterprise, mas ainda com resultados insatisfatórios. Seis anos mais tarde, em 56, surgiram os gravadores Ampex, cuja eficiência foi comprovada, a ponto das cadeias norte-americanas da CBS e NBC terem adotado o sistema logo a seguir. Mas no Brasil, a utilização do videotape (o gravador de fitas) só viria a ocorrer em 1960, pela TV Tupi, que gravou Hamlet, adaptação da peça de William Shakespeare, por Dionísio Azevedo.

¹⁷ A MTV brasileira traduziu o programa como “Na Real”, quando retransmitiu o programa, além de realizar uma versão própria, “Vinte e Poucos Anos”. Ano passado a emissora brasileira produziu “Vida de Solteiro”, que acompanhou a rotina de seis diferentes personagens que compartilhavam da condição de não serem casados, mais do que a convicção em se manter solteiro.

condições criadas pelas produtoras: já foram realizados desde programas que promoveram gincanas em lugares inóspitos, como o “*Survivor*”¹⁸; até mesmo programas que isolam casais em ilhas apenas para incitar os desejos sexuais dos participantes. Profícua na produção de reality shows, em 2002 a MTV norte-americana surpreendeu outra vez, ao retratar a vida do Rock Star Ozzy Osbourne, ex-vocalista da banda de heavy metal Black Sabbath, e de sua família no seriado “*The Osbournes*”, batendo recorde de audiência para um Reality Show, tanto que o programa já teve cinco temporadas bem sucedidas.

A filial brasileira da MTV por sua vez criou o “*Família MTV*” em 2004, inspirado em “*The Osbournes*”, mas a versão nacional tem como principal idéia mostrar o cotidiano das celebridades com tom próximo ao de um documentário. O artista é acompanhado apenas por um produtor, que faz papel de câmera e repórter. Dentre os “participantes”, já tivemos o roqueiro e apresentador João Gordo, além dos cantores Marcelo D2, Wanessa Camargo e Supla.

Apostando no formato, a Endemol holandesa concebeu o “*Big Brother*”, nome baseado no livro “1984”, de George Orwell, e o exportou para o mundo todo, com algumas alterações dependendo do país onde é realizado o programa, tornando-se assim o primeiro programa realmente mundial de televisão, atualmente está presente em 32 países. Ao lado da Endemol poderíamos colocar a MTV como as duas maiores produtoras de reality shows do mundo, não sendo exclusividade da filial brasileira a idealização de novos formatos, todas as suas pelo mundo produzem similares àqueles programas produzidos primeiramente nos EUA.

O “*Big Brother*” estreou em 1999 na Holanda e hoje está presente em mais de 70 países, se levarmos em conta a edição africana, exibida em 46 países do continente. O número de edições varia: Inglaterra e EUA, por exemplo, estão na sétima edição; A Itália na sexta; Holanda (país sede da Endemol) está na quinta edição. Em locais como Equador, Chile e África do Sul foram reunidos vários

¹⁸ A Rede Globo também realizou algumas edições nacionais, como “No Limite”.

participantes de países de mesma língua – como da região andina, no caso do Chile – para formar um programa só.

Torna-se simplesmente impossível prever o fim da onda “*Big Brother*” no mundo, para surpresa até mesmo da própria Endemol, empresa que trouxe a atração para o Brasil e que domina sua execução na televisão. A fórmula do programa, que duraria, no máximo, cinco anos, como acreditava a produtora holandesa, teve sua expectativa superada e, em alguns países, como já foi visto aqui, mantém no ar a sexta edição.

Na Alemanha, a produtora testou em 2005 um formato no mínimo inusitado: o confinamento dos participantes a uma vila. Para garantir isolamento total dos participantes, um vilarejo fictício de 5.000 metros quadrados foi construído bem longe da capital Berlim, numa região próxima à cidade de Colônia, no noroeste da Alemanha. Neste formato, os participantes tem de passar uma longa temporada em uma cidade cenográfica, com aparência e infra-estrutura de vilarejo: rua iluminada, praça com jardins e bancos, diferentes tipos de casas, loja, oficina mecânica, academia de ginástica, animais domésticos. Esta "realidade", que no Brasil ainda não tem previsão de ser produzida, é a maior aposta da Endemol para o mercado europeu. “*Big Brother Das Dorf*” estreou em março de 2005 no canal alemão RTL2 e, segundo representantes da Endemol correspondeu as expectativas da produtora com uma ótima aceitação por parte da audiência local.

O sucesso do "reality show" chegou a ser tão grande que o canal de TV vendeu ingressos para quem quisesse participar do programa ao vivo, dentro do vilarejo no dia da eliminação. Considerados "fãs ardorosos" do “*Big Brother*”, os alemães puderam se deliciar antes de “*Big Brother Das Dorf*” com outra experimentação no formato: uma edição longa com um ano de duração, enquanto a edição convencional dura no máximo 100 dias, produzida pelo canal RTL2. Na ocasião, o vencedor levou pra casa 1 milhão de euros (aproximadamente R\$ 4 milhões), ou seja, um prêmio quatro vezes maior que o atualmente oferecido na edição brasileira.

O novo modelo além de testar a resistência dos participantes, visava ao acrescentar à fórmula outros ingredientes novos tornar a permanência no programa um tanto “incômoda”. Além da duração de um ano, logo que entram no vilarejo os 16 participantes são divididos em três grupos, que também determinam suas classes sociais: os “*helpers*” (trabalhadores), os “*assistants*” (assistentes) e os “*bosses*” (chefes). O trabalho no vilarejo é obrigatório, e os participantes exercem funções que correspondem aos grupos sociais ao qual pertencem. Enquanto parte dos “*brothers*” alemães tem de dar duro para garantir sua subsistência, outra parte será favorecida por sua posição econômico-social. Há três locais de trabalho na vila: a fazenda, a oficina mecânica e o ateliê de moda; cada um dos locais de trabalho tem um chefe, dois assistentes e dois trabalhadores.

Além da variedade de formatos, por onde passa, o “*Big Brother*” sofre alterações para adaptar-se ao clima, e à cultura do país em questão. No Oriente Médio, o “*Big Brother Bahrein*”, batizado de “*Al Rais*” (o chefe), foi totalmente adaptado para a cultura árabe: foram construídos mais quartos de dormir, banheiros separados para homens e mulheres e um quarto para oração. Costumes culturais e religiosos também eram aceitos na casa.

Da mesma maneira que em outros locais, na edição brasileira, a casa sofre mudanças para adaptar o programa ao clima. Por estar instalada no Rio, onde a temperatura média nunca está abaixo dos 30^o C, a casa tem o maior jardim e a maior área externa de todas as criadas para o “*Big Brother*” pelo mundo. O primeiro “*Big Brother Brasil*” foi exibido pela TV Globo em janeiro de 2002 na ressaca da “*Casa dos Artistas*”. Lançada pelo SBT três meses antes, “*Casa*” foi motivo de disputa acirrada (inclusive judicial¹⁹) entre as duas emissoras. O programa do SBT tinha como atrativo principal o confinamento de “celebridades”: cantores, atores e modelos tinham seu cotidiano exposto; além de se envolverem nas costumeiras intrigas do jogo. Além de conquistar as maiores médias da história do SBT, “*Casa*”

¹⁹ Acusado de plágio pela Globo e a Endemol, o SBT sofre processo por parte das realizadoras do “*Big Brother Brasil*”.

derrotou o dominical “*Fantástico*”, produzido pela rival desde 1973, e imbatível no horário até então.

Para vencer a disputa pela audiência com a segunda edição de “Casa”, o “*Big Brother Brasil 1*” usou desde festas e jantares temáticos até a participação do elenco global. Pedro Bial, que inicialmente seria apenas o apresentador, também se transformou em personagem e páreo para Sílvio Santos, dono do SBT e comandante da “Casa dos Artistas”. A estratégia funcionou, e o programa conseguiu garantir seu lugar na grade da Globo com nove pontos a mais de audiência que a primeira edição do concorrente.

O programa consiste no confinamento por dois ou três meses de participantes anônimos selecionados previamente, cuja única comunicação com o mundo exterior é mediada pelo apresentador Pedro Bial. Cada edição contou com suas próprias intrigas, casos de amor e rivalidade entre os participantes, além dos personagens que se encaixavam nos papéis típicos de uma telenovela: o mocinho, a mocinha, o engraçadinho, o vilão. O primeiro “*Big Brother Brasil*” além do vencedor Kleber “Bambam” contava com outros personagens que se tornaram famosos: o cantor André Gabeh, o cabeleireiro angolano Sérgio²⁰ – que protagonizou o primeiro casal do programa ao lado da carioca Vanessa – e o primeiro vilão do programa, o artista plástico baiano Adriano de Castro, o Didi.

A segunda edição começou pouco depois da primeira, em 14 de maio de 2002 e terminou em 23 de julho do mesmo ano. Trouxe ainda mais confusões, complôs e romances, destacando-se o falastrão Moisés, o caubói Rodrigo, a aeromoça Cida e o casal mais comentado de todas as edições: Thyrso e Manuela. Porém ninguém superou a ensandecida Tina, que num acesso de ira atirou as roupas de alguns colegas na piscina, chegando quase às vias de fato com eles.

A terceira edição começou em 14 de janeiro de 2003 e teve a participação polêmica da ex-Miss Brasil Joseane de Oliveira, que perdeu seu título devido a

²⁰ Durante o programa foi descoberto que ele estava em situação irregular no país, mas permaneceu até ser eliminado na última semana, após a saída do programa regularizou sua situação.

descobertas do seu passado – uma vez alçados ao estrelado todos os participantes tem seu passado vasculhado – , ela ainda era casada, apesar de ter alegado ser solteira tanto na inscrição no programa quanto no concurso de Miss Brasil, e segundo as regras mulheres casadas não podem participar do concurso, conseqüentemente seu título foi dado à segunda colocada. Um participante também resolveu sair da casa e deixar o programa: Dilson argumentou que não aguentava mais o clima na casa após brigar com Joseane, além da saudade da família. Foram 78 dias de confinamento e a final foi ao ar em 1º de abril de 2003.

A edição do programa aqui em questão, o “*Big Brother Brasil 4*”²¹, teve sua final com 56 pontos de audiência²², segundo dados do Ibope, e teve a participante Cida como vencedora. Em comparação com as edições anteriores, o episódio final da primeira edição alcançou 59 pontos de média, e as duas edições seguintes registraram, respectivamente, 45 e 55 pontos no Ibope. Segundo dados da Globo, vistos no site do programa, os dois finalistas receberam 11 milhões de votos de espectadores, por internet, telefone e mensagens de celular.

Confinada na casa do “*Big Brother Brasil 4*” desde 13 de janeiro de 2004, a ganhadora dos R\$ 500 mil, Gecilda da Silva dos Santos, 21, ganhava um salário mínimo - R\$ 240 - por mês, trabalhando como babá, profissão que exercia desde os 12 anos em Mangaratiba (RJ). Cida, como era chamada no programa, recebeu 69% dos votos do público. Foi a primeira mulher a vencer o programa no Brasil²³.

A cada edição, o “*Big Brother Brasil*” consolida-se como um fenômeno de audiência. Exibida no primeiro trimestre de 2005, a quinta edição conseguiu superar os já espantosos recordes da edição anterior, ganhando o status da edição mais bem-sucedida de todas, a média das sete semanas iniciais, se comparada ao mesmo período dos anteriores, foi de 51 pontos no Ibope. Os programas exibidos às

²¹ Que será analisado de forma mais profunda no capítulo 3.

²² Cada ponto no Ibope equivale a 48,5 mil domicílios sintonizados no programa na grande São Paulo.

²³ Quanto aos demais participantes da quarta edição, também serão vistos melhor no próximo capítulo.

terças, quando um participante é eliminado, registraram a média de 50 pontos no Ibope da Grande São Paulo, e no dia de eliminação da cearense Natália atingiu a mais impressionante de todas as marcas, num universo de dez televisores ligados, sete sintonizavam o *"Big Brother Brasil"*.

MÉDIA DE AUDIÊNCIA DE TODAS AS EDIÇÕES DO "BBB":

EDIÇÃO	MÉDIA	SHARE	VENCEDOR
"BBB1" (janeiro a abril 2002)	41 pontos	63%	Kléber (Bambam)
"BBB2" (maio a julho de 2002)	33 pontos	57%	Rodrigo
"BBB3" (janeiro a abril de 2003)	42 pontos	62%	Dhomini
"BBB4" (janeiro a abril de 2004)	48 pontos	69%	Cida
"BBB5" (janeiro a março de 2005)	50 pontos	70%	Jean
"BBB6" (janeiro a março de 2006)	47 pontos	67%	Mara

» Fonte: índices do Ibope publicados aos domingos no caderno Ilustrada da Folha de São Paulo.

A quinta edição foi a que teve a disputa mais acirrada, visível na formação de dois grupos na casa, batizados pela produção do programa de "Os Inacreditáveis" (os vilões) e "Os Defensores" (os heróis). Do primeiro grupo, fizeram parte Rogério, Alan, Giuliano, Paulo André, Aline, Natália, Tati Rio e Karla. Enquanto o outro grupo, foi composto por Jean, Grazielli, Tati Pink e Sammy. Durante o programa, o grupo dos "vilões" tentou eliminar a todo custo o professor Jean, que foi o primeiro participante homossexual assumido. Já a participante Marielza, escolhida por sorteio, teve um AVC (acidente vascular cerebral) durante o programa e teve de ser substituída pela participante Aline, que foi eliminada do programa com recorde de rejeição: 95%.

O *"Big Brother Brasil" 6* iniciou-se no dia 10 de Janeiro de 2006, e encerrou-se no dia 28 de março. Edição marcada pelos envoltimentos amorosos do participante Daniel Saullo, que no início do programa teve um envolvimento amoroso com a participante Mariana, e posteriormente teve um relacionamento com a

participante Roberta Brasil. O casal Roberta e Daniel foi eliminado nas semanas seguintes, enquanto a parte traída, a pescadora Mariana, chegou à final do programa e ficou com o segundo lugar. Uma novidade foi a inserção de um participante no meio do jogo, ou melhor, dois: os gêmeos Djair e Djairo, que se passaram por uma única pessoa na "Prova do Anjo". A brincadeira consistia em adivinhar que eram gêmeos, mas nenhum participante conseguiu descobrir. Os finalistas foram o novo casal Rafael e Mariana²⁴, e a dupla Agustinho e Mara (que a exemplo da dupla da quarta edição, Cida e Thiago, também entrou no programa através de sorteio). Mas a dupla mais carismática foi a formada por Agustinho e Rafael, que protagonizaram cenas de brigas pela limpeza da casa muito engraçadas, tanto que ganharam no programa um seriado em que eles eram comparados à dupla do cinema "*O gordo e o magro*".

Esses índices de audiência se refletem na enorme visibilidade alcançada na mídia pelos "personagens" que participam do Big Brother, de simples desconhecidos vários deles tiveram seus momentos de "celebridades". Participante da primeira edição, Alessandra Bedliomini (a Leka), além de posar para a revista Playboy²⁵, iniciou a carreira de atriz, tendo participado de uma peça de Teatro em 2003, "Caixa 2", que ficou em cartaz no Rio de Janeiro. Outros viraram apresentadores de TV por um curto período de tempo, como o companheiro de Alessandra na primeira edição, Adriano Castro (o Didi), e Thyrso Matos da segunda edição, além da constante participação em programas de auditório²⁶ e na capa de revistas especializadas nos bastidores da televisão.

No entanto, fama e carreira nem sempre são duradouras. Dos ex-participantes, a maioria para não ficar desempregada voltou a exercer suas

²⁴ Que após o encerramento do programa voltou a envolver-se com Daniel Saullo.

²⁵ Leka foi apenas a primeira ex-participante a posar nua para uma revista, até mesmo os homens aproveitaram a oportunidade: na quarta edição entre as mulheres tivemos os ensaios de Solange, Juliana, Marcela, Antonela e Tatiana; entre os homens Buba, Thiago e Rogério.

²⁶ Especialmente como "especialistas" em "*Big Brother Brasil*", cada vez que se inicia uma nova edição.

atividades anteriores; outra parcela persiste tentando, a todo custo, conquistar um espaço ao sol. Mas o caso mais bem sucedido é o de Sabrina Sato, 24, que participou da terceira edição do programa e, hoje, integra a trupe do "Pânico na TV", programa de rádio e TV, com ótimos índices de audiência em ambos os meios. "Não vejo o 'Big Brother' como carreira. Eu tinha consciência de que iria sair e procurar trabalho, porque não tem como entrar lá advogado, por exemplo, e sair ator", diz ela. E ainda acrescenta: "Acho que as pessoas têm uma idéia errada do que é aparecer na televisão. No meu caso, desde criança eu quis trabalhar com comunicação. Lá em Penápolis (SP), onde nasci, eu fazia um programa de rádio desde pequena"(FSP 27/03/05).

Desde a quarta edição, normas contratuais dificultam ainda mais a realização dos sonhos dos participantes. No primeiro momento, os eliminados permanecem à disposição da Globo, têm contrato com a emissora durante seis meses após a saída do "reality show" e não podem se apresentar em outros canais, tampouco fazer publicidade sem o aval da direção. Resta, então, aceitar convites para posar em ensaios fotográficos para revistas, participações em programas da própria emissora, como a ex-miss Grazielli, da quinta edição, que após a participação num quadro no programa "Caldeirão do Huck" conseguiu uma participação no elenco da novela das oito atualmente no ar, "Páginas da Vida". No entanto, nenhum deles conseguiu se livrar do rótulo de ex- "*Big Brother*".

Para o "*Big Brother Brasil 4*" somaram-se 75 mil inscritos. "Vivemos um momento de evasão de privacidade. As pessoas querem ocupar algum lugar, por menor que seja, no espaço público. A maioria nem busca fama, mas um pacote que lhe será útil se souber trabalhar depois dela", diz Gabriel Priolli (FSP 27/03/05), produtor e crítico de TV, presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária.

O êxito do programa não é exclusividade brasileira, também sendo um fenômeno na Itália, sua audiência quase triplicou da primeira para a terceira edição. Chamado de "*Grande Fratello*", começou com 5,5 milhões de telespectadores,

passou para 9,3 milhões na segunda versão e atingiu 13 milhões na terceira. No Reino Unido, o *"Big Brother 5"* teve média de 5,5 milhões de espectadores por dia e 28% de share; na final, atingiu 8,3 milhões de espectadores e 70% de share. Nos Estados Unidos o *"Big Brother 4"* foi o mais bem sucedido, obteve média de 10,9 milhões de espectadores.

Em tempos de globalização o Brasil atrai produtores internacionais interessados não apenas em vender seus programas, mas até mesmo para usar o país como cenário. Da Espanha veio *"La Selva de los Famosos"*, produzido pelo canal Antena 3, que é aberto e privado. Numa mistura de "Casa dos Artistas" com *"Survivor"*, levou 16 participantes para a floresta amazônica: modelos, cantores, ex-candidatas a Miss Universo, uma ex-apresentadora de programa infantil, um comediante, atletas e um toureiro. O jogo se divide em duas fases. Na primeira, às quartas e aos domingos, ocorrem nomeações e expulsões entre integrantes de duas equipes. Na segunda fase, segue o entra-e-sai, mas o público, que não vota na primeira, dá sua opinião, e a competição passa a ser individual.

Enquanto isso, os participantes são submetidos a provas e têm de buscar alimento. O local é descrito no site²⁷ do programa como "um entorno hostil cheio de ameaças". Ainda diz que "a fauna que povoa o rio Amazonas e seus arredores é composta por piranhas, enguias elétricas, raias venenosas, jacarés, sucuris e morcegos-vampiros". Uma participante eliminada teria inclusive revelado que um jacaré foi comido pelos concorrentes. O site chegou a vincular um vídeo que mostrava uma tarântula sendo assada pelos integrantes.

No mesmo espírito de confinar celebridades em lugares "inóspitos", temos *"La Fattoria"*, sucesso na Itália. Exibido pelo Canale 5, do grupo Mediaset (do primeiro-ministro Silvio Berlusconi), confina seus participantes numa fazenda e os obriga a realizar trabalhos como ordenhar vacas, cuidar de animais, arrumar cercas, plantar e colher. As locações no Brasil ocorreram no distrito de Itaipava, em

²⁷ www.antena3tv.com/laselva

Petrópolis, Cidade turística da serra fluminense. Gerado duas vezes por semana ao vivo da fazenda em Itaipava, o programa deixa com o público a missão de eliminar os participantes da casa, e o prêmio aqui em questão para o vencedor é de cerca de 100 mil euros (cerca de R\$336 mil).

Além do mais, o fenômeno está longe de se restringir apenas ao formato da Endemol, definitivamente, a atração já se tornou um gênero televisivo, subdividindo-se em vários formatos. Desde os profissionais, que prometem emprego aos vencedores; até os comportamentais, que abordam o cotidiano dos participantes, sem necessariamente prometer um prêmio. Todos os dias somos surpreendidos por novas atrações, o leque de reality shows parece interminável.

Lembrando os primórdios dos “reality shows”, temos experimentos com o cotidiano familiar. Frankie Evangelista tem 8 anos, não é ator, cantor ou modelo, mora num bairro de Long Island (EUA), e é a estrela principal do “reality show” da rede HBO intitulado “*Family Bonds*” (Laços de Família). Pelo programa os telespectadores podem acompanhar aos momentos mais íntimos da família Evangelista: Frankie chorando quando aprende a andar de bicicleta, sua mãe comentando quantas vezes por noite faz sexo com seu pai, e até mesmo sua irmã mais velha dando à luz (incluindo um close do bebê emergindo de sua vagina). “Só sei que vou ficar famoso”, disse Frankie (FSP 03/10/04), em entrevista concedida algumas semanas antes da estréia do programa.

No programa “*Trading Spouses*”, da ABC, crianças são sujeitas a passar pela experiência de serem afastados de suas mães por algumas semanas, enquanto as mães passam a viver com outras famílias, as crianças são obrigadas a adaptar-se a mães temporárias. No mesmo ramo, a N, rede nos moldes da MTV norte-americana, só que voltada para telespectadores menores, produz “*Best Friend’s Date*”, mostrando adolescentes em saídas com desconhecidos, e “*Girls vs. Boys: Montana*”, uma espécie de “*Survivor*” para menores de idade.

Focado nas crianças, mas moldado para toda a família, o SBT conseguiu bons índices de audiência com “*Super Nanny*” (algo como a Super Babá). A “nanny”

em questão, a pedagoga Cris Poli, é chamada para socorrer pais que não sabem mais o que fazer para acalmar seus filhos “hiperativos”. Ela acompanha a família desesperada por algumas semanas e tenta disciplinar as crianças, num misto de “sargento” e autora de livros de auto-ajuda.

Em direção totalmente oposta, temos alguns “reality shows” voltados apenas para o público adulto: os eróticos, chamados nos EUA de “*reality X*”. Uma produtora norte-americana idealizou “Adão & Eva”, atração que reuniu 19 pessoas para testarem suas performances sexuais em busca de um prêmio de US\$ 250 mil. Além do prêmio em dinheiro, um homem e uma mulher também assinaram contrato para protagonizar um filme pornográfico.

Canais pagos, como a Playbloy TV, investiram em atrações protagonizadas por modelos em cenas sensuais como realizando striptease. A rede de televisão brasileira Band exibiu em seu canal aberto o “Jogo da Sedução, produzido em parceria com a revista *Sexy*, que confinou seis modelos que participavam de jogos “sensuais” (nas palavras da própria produção), ao final do programa a vencedora além de um prêmio em dinheiro ganhou a capa da revista *Sexy* de agosto de 2006.

As “personagens” variam desde crianças até jovens socialities, a MTV norte-americana produziu “*Rich Girls*”, que teve uma curta temporada até o final de 2003, e acompanhava duas jovens herdeiras neuróticas – Ally Hilfiger e Jaime Gleicher –a maneira como faziam compras, se divertiam e planejavam suas vidas. A seguir produziram “*Power Girls*”, desta vez as “personagens” eram a publicitária Lizzie Grubman e quatro funcionárias suas, juntas elas planejam os eventos da produtora de Lizzie. Além de colocar no ar “*Laguna Beach*”, que acompanha as alegrias e dificuldades de adolescentes ricos e bonitos em Orange County, no americano da Flórida.

Apesar de sua enorme variedade, a MTV não foi a responsável pelo reality show de maior sucesso justamente na área a qual mais se dedica, a música. Transmitido pela Fox americana, “*American Idol*” é uma versão do sucesso britânico “*Pop Idol*”, que parou o Reino Unido em 2002, quando mais de 10 mil jovens

ingleses se inscreveram para participar do programa - uma espécie de show de calouros, onde o prêmio para o vencedor é um contrato com uma grande gravadora. Nos Estados Unidos cerca de 28 milhões de americanos paravam semanalmente em frente à TV para torcer pelos concorrentes a "ídolo americano", colocando o programa na lista dos mais vistos do país. Entre os participantes, houve até um indicado ao Grammy de 2004.

No Brasil, transmitido por um canal de TV a cabo, "*American Idol*" foi o programa mais assistido entre o público de 18 a 49 anos no seu horário. O SBT realizou uma reality show nos mesmos moldes para criar um grupo, a atração chamou-se "*Popstar*". Os índices de audiência não foram muito altos, mas teve uma repercussão enorme: visível nas vendas do grupo "*Rouge*", formado pelas meninas vencedoras do programa, em seu primeiro disco chegaram próximas a um milhão de cópias; a segunda edição lançou uma versão masculina, "*Br'Oz*", com marcas superiores a 300 mil discos vendidos.

A Globo já realizou quatro edições do seu similar, o "Fama", no entanto não conseguiu alavancar a carreira de nenhum dos participantes, até mesmo dos vencedores. Mas tanto a versão do SBT como da Globo quando semelhanças entre si e diferenças com o formato de "*American Idol*": enquanto nas versões brasileiras os participantes eram internados em uma "academia musical" e tinham aulas específicas de canto e dança; "*American Idol*" colocava seus candidatos direto no palco, onde se apresentam para o público de casa e para um trio de jurados, que tece os mais sinceros e dolorosos comentários ao final das performances dos candidatos, o que muitas vezes resulta em lágrimas e revolta. O programa virou mania nos EUA, e o episódio final da primeira temporada teve um índice de mais de 30 milhões de espectadores, e quase um terço disso de telefonemas escolhendo o campeão do concurso.

Mas somente em 2006 a franquia "*American Idol*" teve sua edição brasileira: "*Ídolos*", pelo SBT. O destaque aqui foi todo para o corpo de jurados, formado por quatro produtores musicais, e seus toques de crueldade ao avaliar os

candidatos, perguntas assim eram freqüentes: “Você acha que cantando assim vai conseguir ser o novo ídolo do Brasil?” Mesmo que tenham sido mais amáveis que os da versão americana, os jurados do SBT tornaram-se as verdadeiras atrações do reality.

Falando em cotidiano profissional, em “O Aprendiz” o prêmio é, em si mesmo, o emprego, mas no caso um emprego de “sonho”, já no topo da cadeia corporativa norte-americana, numa das empresas do milionário Donald Trump. Seus 16 participantes foram escolhidos entre um grupo de 215 mil interessados, dos quais faziam parte desde administradores de empresa com mestrado na Universidade de Harvard, até um dono de casa de massagem e um inesperado ex-assessor da Casa Branca. A cada semana, aquele que mostrava menos jogo de cintura ou desperdiça uma boa oportunidade era “demitido” pelo multimilionário. O candidato que sobrava leva como prêmio um emprego um salário de US\$ 250 mil anuais em uma das empresas de Trump.

O Brasil mais uma vez importou a idéia, a Rede Record firmou contrato com o empresário Roberto Justus para produzir “O Aprendiz”, e já está numa segunda edição bem-sucedida. Além do formato, a versão brasileira guarda semelhanças no que diz respeito ao “empregador”, a exemplo de Trump, Justus também é habitué de colunas sociais por seus envolvimento com modelos e atrizes famosas, os dois não são apenas dois empresários bem sucedidos, fazem de sua própria pessoal um espetáculo.

Novamente a MTV americana realizou um similar, “*The Assistant*” é uma espécie de paródia de “O Aprendiz”. Em oito episódios, 12 pretendentes a algum emprego em Hollywood competiam por uma vaga de ajudante do ator Andy Dick, ex-“*Saturday Night Live*”. O “reality show” na verdade era uma comédia. No site da MTV, os participantes era chamados de “babacas”, e Dick, o dublê de Donald Trump, de “decadente”. O ator enxergou no programa a chance de relançar sua carreira, tanto que teria implorado pelo programa à emissora.

Um subgênero que vem chamando atenção são aqueles reality shows

voltados à transformação. Nesses programas, qualquer um pode se transformar no que quiser – seja com um novo corpo, uma nova personalidade ou até uma nova casa. Há desde a história da mulher que se acha feia e “ganha” um novo corpo (*Extreme Makeover*) até o dançarino que se torna lutador (*Tudo é Possível*); programas como “*I Want a Famous Face*” retratam pessoas que passam por cirurgias para ficar semelhantes a suas celebridades favoritas. Produzido pela MTV americana, o último funciona como um documentário sobre pessoas que já tinham operações marcadas, com o desejo de se igualarem a seus ídolos, na estréia, o programa mostrou a história dos gêmeos Mike e Mathew Schlepp, que sonhavam em ter o rosto do ator Brad Pitt.

Ampliando nosso leque, poderíamos apontar a existência de programas dedicados ao “bizarro”. Da Alemanha, produzido também pela Endemol, vem “*Sperm Race*” (literalmente “Corrida de Espermatozóide”), transmitido ao vivo. Nele, homens disputam entre si para saber quem é o dono do esperma, digamos, mais potente. O bem-dotado eleito é coroado o “homem mais viril da Alemanha”, além de ganhar um carro esportivo. Já “*Make me a Mum*” (Faça de Mim Uma Mãe), produzido nos EUA e na Inglaterra, no qual um grupo de mil homens compete entre si para engravidar várias mulheres sem filhos.

Nesse sentido, o reality show mais “bizarro” já feito no Brasil é “O Grande Perdedor”, do SBT, cujos participantes são 14 obesos, alguns deles considerados pelos médicos como portadores de obesidade mórbida. O mais leve pesando mais de 90 quilos, e o mais pesado, 195. Os participantes foram escolhidos entre mais de 33 mil inscritos. Neste jogo, ganha o prêmio de R\$ 300 mil aquele que chegar à final com a maior redução de peso. Os 14 participantes foram divididos em duas equipes de sete pessoas cada uma. As equipes tinham inicialmente, no total, o mesmo peso.

Semanalmente, as equipes são pesadas. Aquela que perder o menor peso terá que eliminar um de seus membros. No último programa restam três, e quem decide quem vai sair são os próprios integrantes do time. Supervisionados por médicos, uma nutricionista e professores de educação física da rede de academias

Runner, os 14 participantes tentam perder peso e ganhar saúde seguindo dieta preestabelecida, além de muita ginástica.

Mas, como se trata de uma competição, eles passam por testes de resistência psíquica e emocional. Num dos cenários do programa, ficam 14 “geladeiras da tentação”. São geladeiras cenográficas, com porta de vidro e iluminação. Lá dentro, bolos, brigadeiros, tortas e as comidas salgadas preferidas dos participantes. Essas guloseimas estão espalhadas pelas geladeiras de verdade da casa. No café da manhã, é oferecida uma “mesa das tentações”.

Ao contrário do “BBB” ou da “Casa dos Artistas”, os participantes não ficam totalmente confinados. Eles dormem e comem na mesma casa em que foi gravada “Casa”, na área externa, fazem exercícios físicos. E saem quase diariamente para uma “fazenda secreta”, onde participam de gincanas e provas de resistência física. A nutricionista responsável afirma existir um cardápio comum a todos, a quantidade é que seria variável. Os produtores definem o programa como uma dieta de reeducação alimentar, não se trata de um spa, uma vez que a idéia não é restringir ao máximo a alimentação.

Passado o momento de seu “boom”, os “reality shows” parecem agora mais estáveis, mesmo tendo reduzida seus índices de audiência, tiveram aumentada sua participação na grade de programação das redes de televisão. Na temporada 2004/2005 da televisão americana, o número de horas ocupadas pelos “reality shows” nas seis principais redes abertas dos EUA dobrou, de dez horas semanais na temporada 2003/2004 para 20 horas. Os “*reality shows*”, que até então só tinham tirado espaço de filmes, “game shows” e programas jornalísticos, pela primeira vez ocuparam terreno do programa mais tradicional da TV americana, o seriado, que está para os EUA como a novela para o Brasil.

O sucesso do formato dos “reality shows” pelo mundo a fora, seja em países desenvolvidos ou pobres, apenas confirma a existência de uma ampla gama de significados culturais suscitados por programas como o “*Big Brother*”. No intuito de refletirmos sobre os significados da edição brasileira, no próximo capítulo me

proponho a desvendar os mecanismos de funcionamento do programa que refletem tais aspectos.

CAPÍTULO 3 – VIVENDO DE FOLIA E CAOS

São 23 horas do dia 03 de abril e 2004, e Thiago acaba de vencer a última prova do líder, está automaticamente classificado para a final da quarta edição do “*Big Brother Brasil*”. Após três meses de confinamento – 82 dias para ser mais exato –, de ter entrado graças ao sorteio de um cupom encartado na revista do programa, Thiago está mais perto do prêmio de meio milhão de reais, e apenas aguarda a disputa entre Juliana e Cida para saber quem será sua adversária na grande final. Motivos para estar feliz o jovem de São Gonçalo-RJ parece ter de sobra: chegou onde mais de cem mil brasileiros sonharam (somando os inscritos via promoção e os habituais por vídeo); tornou-se famoso em todo país; além de o prêmio de meio milhão ser uma soma considerável para quem ganhava até então R\$ 600 mensais como auxiliar administrativo.

No entanto, após uma breve comemoração Thiago é novamente abatido pela tristeza, não está sendo fácil pra ele já há alguns dias: tem andado pelos cantos da casa, sozinho (apesar das amizades que fez na casa), cabisbaixo, quieto. Esse sentimento se abateu sobre ele surpreendentemente quando virou líder pela primeira vez, depois de 71 dias de confinamento. Mas não seria este o momento mais improvável para isso? Afinal, ele não havia sonhado chegar justamente nessa altura da competição?

Pelo país a fora, o programa tornou-se uma febre em colégios, escritórios, padarias, esquinas. A disputa do “*Big Brother Brasil*” virou um assunto difícil de se escapar, e àquela altura Thiago tornou-se um dos homens mais invejados da nação, quantos não gostariam de estar no lugar dele? E obviamente, grande parte deles fez as mesmas perguntas feitas acima, além de ironizar a situação do concorrente: eu que queria estar no lugar dele!

Os próprios participantes do “*Big Brother Brasil 4*” definiram a sua situação, afirmam constantemente que estão “*vivendo entre a folia e o caos!*”, numa

adaptação livre da letra da música do grupo mineiro Jota Quest, “*Na Mora!*”. Em uma conversa com o apresentador Pedro Bial, a participante Juliana se justifica por ter quebrado uma promessa após ter voltado de seu terceiro paredão: “Quem tá aí fora não tem idéia do que é ficar aqui dentro!” e o apresentador concorda, “Quem tá aqui fora realmente não tem idéia da barra! Quem tá aqui fora faz uma vaga idéia! Agora, ninguém tá aí obrigado né? Todo mundo tá aí curtindo, não é só sofrimento, tem prazer pra caramba!” e Marcela complementa Bial, “E não tem ninguém aqui querendo ir embora!” Juliana encerra a conversa repetindo a frase que define o clima da casa para os confinados: “**Vivendo entre a folia e o caos!**”

Não há nenhum dos “*brothers*” que não tenha alternado momentos de felicidade extrema – como nas festas de sábado – com recaídas de saudades de familiares, amigos e namorados. Em outro momento Marcelo diz para si mesmo que se ele está no “*caos*” é porque foi ele quem quis participar do programa. O apresentador Pedro Bial sugere a certa altura um gráfico para ilustrar o comportamento dos participantes, cheio de altos e baixos, seriam vários vetores a influenciar o humor dos confinados, “uma hora é um que fica triste, outra hora é outro que fica feliz!”

A expressão é apenas mais uma do vocabulário próprio criado por eles ali dentro, vejamos rapidamente algumas outras. Podemos dizer que o próprio significado do “*Big Brother*” foi subvertido por eles, desde a primeira edição os participantes se referem uns aos outros como “*brothers*”, os irmãos, devido aos laços de amizade que se criam entre eles. Assim, o “Grande Irmão” (“*Big Brother*”) não seria mais aquele que vigia seus passos incessantemente como em “1984”, mas sim o participante mais companheiro durante o confinamento, a ponto de ser considerado um verdadeiro irmão. Das expressões próprias da edição em questão temos primeiramente “*esterilizar*”, que significa votar em alguém para sair do programa, neste sentido a “irmandade” entre os confinados vira simplesmente concorrência.

Já os maus momentos os levaram a utilizar o verbo “*surtar*”, numa

conversa entre os “*brothers*” Rogério, Marcelo e Zulu o termo nos é explicado: Rogério pergunta o que significa “*surtar*” que os amigos tanto falam, seria saudade? Zulu responde que é simplesmente enlouquecer, e Marcelo completa dizendo que é a solidão que os leva a surtar. O vocabulário é apenas mais um dos elementos que compõem o pequeno cosmo do “*Big Brother Brasil*”, a simulação televisiva da realidade cotidiana de um grupo de pessoas mantidas confinadas durante três meses, atração que como já pudemos constatar é deveras lucrativa²⁸.

O programa vai ao ar diariamente por três meses (de janeiro a fins de março), pela Rede Globo e pelo canal a cabo Multishow, da Globosat, além dos canais Pay-per-view e da Net. O programa funciona basicamente como uma realidade simulacional: quatorze pessoas que até então não se conhecem são confinadas pelo período de três meses em um misto de casa-cenário cinematográfico, todos na disputa por meio milhão de reais²⁹. A vigilância interna é uma das marcas registradas da franquia “*Big Brother*” pelo mundo afora, com a edição brasileira não é diferente, os participantes são monitorados permanentemente por câmeras instaladas em todos os pontos da casa (incluindo uma de 360°, exclusiva para assinantes da rede globo). Algumas imagens, como as captadas no vaso sanitário, não são exibidas.

Uma semana antes do início das transmissões na casa dois homens e duas mulheres são pré-selecionados pela produção do programa e submetidos ao voto do público, que deve escolher um participante de cada sexo para entrar na casa. Esse pré-paredão acontece num programa especial, que vai ao ar depois da novela das oito. Os dois selecionados se juntam a outros dez participantes que já estão confinados num hotel, à espera do momento de entrar na casa. No primeiro dia na casa acontece o sorteio dos cupons enviados por quem comprou a revista

²⁸ Apesar dos prêmios em dinheiro pagos aos vencedores e da fama que gozam pós-participação no programa, quem lucra mesmo é a Rede Globo de televisão, como também já pudemos ver.

²⁹ Valor da premiação até a quarta edição, depois o prêmio passou a ser de um milhão de reais.

“*Quero ser um Big Brother*”, da Editora Globo. Do sorteio, saem os dois últimos participantes, um homem e uma mulher, que entram na casa dois dias depois. Os quatorze participantes do “*Big Brother Brasil 4*” foram os seguintes: Antonela (21 anos³⁰); Buba (32 anos); Cida (20 anos); Christiano (29 anos); Geris (30 anos); Dudu (24 anos); Juliana (23 anos); Marcelo (31 anos); Marcela (25 anos); Rogério (25 anos); Solange (25 anos); Thiago (21 anos); Tatiana (21 anos); Zulu (23 anos).

Existem duas categorias privilegiadas (modificáveis toda semana) além dos participantes normais, que devem ser “conquistadas” em provas sempre às quintas e sextas: primeiramente nas quintas é conhecido o líder (que ganha simultaneamente a imunidade no jogo), dentre as mordomias que recebe está um quarto só pra ele durante sua liderança – para o qual pode convidar os amigos mais próximos – além de um roupão personalizado; nas sextas é conhecido o anjo, que agracia alguma pessoa à sua escolha com a imunidade no jogo, a exemplo do que acontece com o líder também ganha algumas mordomias, como um desejo seu realizado pela produção. Todo domingo, o líder da casa anuncia quem é o primeiro participante que deve ir para o paredão, no mesmo dia os demais participantes elegem, através do voto individual e secreto (para os outros habitantes da casa) o segundo emparedado. Antes das duas indicações o anjo salva um participante da eliminação, tornando-o imune aos votos do líder e dos demais participantes.

A partir daí quem decide é o público, que tem até a terça-feira seguinte para votar em quem deve sair da casa. O voto pode ser feito via internet (no site oficial do programa), por telefone (0300) ou por mensagem de texto via celular. A cada terça-feira, um participante derrotado no paredão deixa a casa. Se algum participante quiser desistir do jogo, estará livre para deixar o confinamento. Mas, uma vez fora não poderá voltar, e dependendo do momento em que a desistência ocorrer outra pessoa poderá ser escalada para substituir o desistente.

Os participantes ficam completamente isolados do mundo exterior. Eles só

³⁰ A idade dos participantes informada aqui é a completa à época do início do programa.

podem ter contato com alguns convidados escolhidos pela produção do reality show (exemplo: o diretor Jorge Fernando, que promoveu seu filme “*Sexo, Amor & Traição*”). Os participantes não podem: fazer ligações telefônicas; manter correspondência (por carta ou e-mail); assistir à televisão ou ouvir rádio (há um sistema de áudio na casa que além de servir como canal de comunicação para a produção pode tocar músicas). O grupo também não pode ler jornais ou revistas. A produção do programa pode, eventualmente, permitir que os participantes vejam algum programa (como jogos da seleção) ou saiam da casa (para desfilarem no Sambódromo, por exemplo). Os participantes usam microfones de lapela e seus diálogos também são captados por microfones espalhados pela casa.

Aos poucos os “*brothers*” percebem que perderam a privacidade, a excessiva quantidade de câmeras dispensa a descrição e o “bata antes de entrar”, na primeira semana Rogério entrou no quarto onde estavam as meninas de surpresa e envergonhado perguntou “posso entrar?” ao que Tatiana respondeu de forma irônica, “Claro, me esconder de você é fácil, difícil é me esconder desses dois vigilantes!(apontando para as câmeras)”, as demais que estavam por ali simplesmente riram. Zulu foi mais incisivo ao falar das câmeras, “três bazuca apontada pra gente!” se referindo às câmeras instaladas no jardim. O único constrangimento possível dentro da casa é no caso de interromper a conversa de duas pessoas que estão justamente combinando de votar em você.

A vigilância televisiva aqui é capaz de nos conduzir a premissas falas, à primeira vista pode parecer voyeurismo a atitude do espectador, seu suposto prazer em espionar a vida encenada no “*Big Brother Brasil*”, mas uma reflexão mais aprofundada aponta para outras conclusões. Basicamente, o prazer do voyeur consiste em observar o corpo do outro de maneira sorrateira, secreta, justamente aí reside seu prazer e perversão: em fantasiar eroticamente o corpo do outro sem sua ciência.

Não que o espectador do programa não sinta realmente algum prazer em se fazer de perverso, em espiar pelas câmeras na casa. Mas devemos considerar

este voyeurismo como falso, como coloca Maria Rita Kehl em ensaio intitulado “Três observações sobre os *reality shows*” (2005), apenas mais uma dentre as infinitas possibilidades de falsificação que a televisão oferece em seus programas. Pois os “*brothers*” sabem muito bem que estão sendo filmados, é condição assinar um contrato de ciência antes de participar do programa. Não é de se impressionar a fixação de alguns pelos espelhos, em dançar mesmo sem música para as câmeras, como Solange, a mulata sambista por vários vezes mostrou seus “dotes” para as câmeras, chegando algumas vezes a trocar de roupa em frente às câmeras, se ela ainda não tinha noção da localização das câmeras, seus amigos trataram de lhe avisar. Se existe alguma perversão no BBB, está do lado dos “*brothers*”, em seu exibicionismo, e não do lado de um suposto voyeurismo do público.

Além da presença incômoda das câmeras, o cotidiano dentro da casa passa a ser ditado pela ambigüidade vista no início do capítulo, o tênue limite entre a “*folia*” e o “*caos*” marca o ritmo conforme as horas vão passando e os dias se sucedendo. A disputa pelo prêmio incita esse clima, como revelou Zulu em entrevista concedida durante a pesquisa:

“Você tá ali de repente na primeira semana é folia total, as festas que são iradas. Mas o caos do dia-a-dia que é a rotina, e a pressão de eliminar mais um, sem saber quem vai ganhar os 500 mil. Então é complicado, é complicado realmente. Então estão ali entre a folia e o caos: uma situação que a maioria gostaria de estar, porque você está dentro do Big Brother, uma conquista, é status aqui no Brasil; e você ali naquele caos mental que é tá participando, sofrendo a pressão, influência e pensando na sua sobrevivência, eu acho que essa é a forma como eu consigo explicar essa frase, entre a folia e o caos. (Entrevista 31/07/06)”

Sobreviver no programa significa se colocar contra as amizades recém iniciadas na casa, os companheiros de confinamento são ao mesmo tempo seus adversários. Os “*brothers*” não esperavam que fosse tão cruel o clima de competição instalado, como revelou Solange numa conversa com Cida: “Não esperava que fosse assim

esse jogo, porque lá fora a gente vê totalmente diferente as coisas. Gera sentimento, afinidade, e pior de tudo, cê tá com amizade com a pessoa, naquele dia cê vota na pessoa, a pessoa fica conversando com você.” Outra entrevistada durante a pesquisa, Marcela, também foi enfática ao ressaltar a ambigüidade do programa:”é a parte mais difícil, você votar em alguém que ta ali com você todo dia, um dia você é amigo no outro já é inimigo (Entrevista 27/08/06).”

Numa espécie de compensação aos momentos de “caos” vividos pelos “brothers” temos os momentos “folia” da vida em confinamento – festas, participações de artistas famosos, jogos descontraídos – , além do tão almejado prêmio, este um ponto de equilíbrio entre “a folia e o caos”. Desta maneira, uma espécie de dialética explica o “*Big Brother Brasil*”, minha hipótese define a dialética implícita no “*Big Brother Brasil*” a partir de outros termos, do **niilismo** e da **melancolia**, dois conceitos centrais do pensamento social, desde autores clássicos a contemporâneos.

Enquanto o niilismo é entendido como o desapego a valores morais, e aversão à ordem social estabelecida; a melancolia define momentos marcados por uma tristeza vaga que persistem de forma incisiva, uma espécie de saudade sem objeto definido. Numa leitura inicial poderíamos até nos arriscar a dizer que o comportamento niilista seria justamente o contrário do melancólico, se o indivíduo melancólico lamenta profundamente pela perda de algo que não exatamente o que era, o niilista não apenas não tem nada a perder como anseia pelo aniquilamento total, pelo nada. Vejamos então como dois sentimentos tão díspares convivem lado a lado no programa.

3.1 – O NIILISMO: AUTO-DESTRUIÇÃO ENCENADA

Até onde o niilismo está tão profundamente enraizado na cultura contemporânea, a ponto de perpassar a lógica de um programa televisivo como “*Big Brother Brasil*”? Em “*Tudo que é sólido desmancha no ar*” (1987) Marshall Berman

considera Marx o precursor do niilismo, pois todos os impulsos que depois dele seriam batizados como niilismo já eram identificados em seus escritos, como o “*Manifesto Comunista*”. Na leitura feita por Berman o niilismo é identificado como força motriz da economia de mercado dos séculos XVIII e XIX, e os burgueses modernos niilistas *avant la lettre*, pois suas vidas seriam regidas pelo mesmo caráter efêmero da produção burguesa, tudo que constroem só é construído para ser posto abaixo logo em seguida. Não falamos aqui apenas dos bens de consumo como roupas e sapatos, vide o exemplo das edificações: das casas e bairros operários às vilas e cidades, nada é erguido para durar até a próxima geração. Desta maneira é garantido que o modo de produção se perpetue, pois tudo tem de ser reciclado ou substituído na semana, mês, ano ou geração seguinte, e todo o processo produtivo segue adiante sob formas cada vez mais lucrativas.

No “*Manifesto Comunista*” de 1848 pode-se ler a sentença “*tudo que é sagrado é profanado*”, afirmando que nada mais é intocável, até mesmo a vida humana perdeu seu status divino. Para Berman, a obra marxista já previa a condição paradoxal da humanidade a partir de então: finalmente livres e desimpedidos, homens e mulheres modernos podem muito bem ser levados ao nada, sem qualquer valor que os impeça de cometer qualquer ato; livres de medos e temores, estão livres para atropelar qualquer um em seu caminho, se seus interesses imediatos assim o determinarem. Mas Marx inova ao também nomear as virtudes de uma vida despida de constrangimentos, esta desperta a condição da igualdade espiritual. Isso possibilita à moderna burguesia amplos poderes materiais sobre os trabalhadores e quem quer que seja, no entanto, a burguesia jamais recuperará a ascendência espiritual que as antigas classes dominantes tinham como tácita. Pela primeira vez na história, a humanidade confronta a si mesma em um mesmo e único plano.

Se Marx pode ser considerado um precursor do niilismo, Nietzsche pode ser igualmente considerado o primeiro autor a lhe dar uma teorização mais sistemática, e a aproximação entre os dois autores é evidente. O “advento do niilismo” para Nietzsche significa da mesma forma que para Marx, o momento em

que a humanidade se vê em meio a uma ausência total de valores, e ao mesmo tempo, enxerga à frente uma desconcertante abundância de possibilidades. O indivíduo se sobressai, a ponto de se abdicar de qualquer solução comunitária, parece até mesmo que os seres humanos fazem um pacto silencioso de incompreensão e desrespeito mútuo. Nietzsche rejeita os moralismos, justamente por serem incapazes de compreender a beleza e riqueza da modernidade, os moralistas insistem em pregar que tudo a seu redor é ruína e traz a ruína, que nada durará além de depois de amanhã.

“Nasce a espírito da aventura, da louca temeridade, o rancor, a astúcia, a capacidade, o desejo de dominar que eram até então não apenas respeitados, sob nomes distintos, é claro, daqueles que indicamos, e obrigatoriamente cultivados e selecionados, já que constantemente se tinha necessidade deles contra os inimigos da coletividade. Estes instintos são considerados mais perigosos agora que já não tem outras canalizações de derivação e, gradualmente, se chegou a difamá-los como imorais e por deixá-los abandonados na calúnia. Os instintos mais elevados e fortes levam o indivíduo além e mais alto que a mediocridade e da baixeza do instinto gregário, indicam a morte do amor próprio da coletividade, extirpam sua fé em si mesma, quebrantam-na de certo modo e a reação é caluniar esses instintos. (NIETZSCHE, 2001, p. 113-114)”

Persistindo na comparação, enquanto Marx louva a falta de cerimônia com que a burguesia profana o que até então era sagrado, Nietzsche vai mais longe ainda, ao proclamar “*A Morte de Deus*”. Sem um Deus para julgar as ações humanas nada mais prende ou impede o gênio humano individual de se desenvolver, agora ele está completamente livre. Uma vez livre, suas possibilidades são igualmente gloriosas e deploráveis, findadas as “ilusões” numa outra vida para além desta a humanidade se encontra à mercê tanto do bem quanto do mal.

Como Deus está morto e enterrado sua existência passa a ser irrelevante, a grande questão de nossos dias é a comprovação de nossa própria existência. Existência que é posta à prova no que restou da esfera pública, a tela da televisão. Somente existimos quando nos fazemos perceber na televisão, nesse sentido, quanto maior a exposição melhor. Assim o “*Big Brother Brasil*” sintetiza a única forma de vida comunitária possível na contemporaneidade, na qual todos exaltam o

último valor remanescente: o próprio indivíduo. Em entrevista concedida durante minha pesquisa, o participante Edílson Buba definiu muito bem a sua motivação a partir do momento em que foi selecionado, em sua carreira profissional como consultor sempre vendera produtos de terceiros, agora decidira colocar si próprio à venda: “Agora eu vou vender a coisa mais cara que eu tenho, sempre vendi as coisas dos outros, agora eu vou vender a minha imagem” (Entrevista 13/04/06).

Quanto a Zulu, sua participação era vista como uma oportunidade de “ouro”, atleta de elite da luta greco-romana no Brasil³¹, “seria interessante pra minha carreira, isso ajudaria” (Entrevista 31/07/06). Ele buscava através da exposição mídia fortalecer sua imagem e sobretudo atrair possíveis patrocinadores, o que ajudaria na tentativa de disputar as olimpíadas de Atenas.

Já Marcela buscava com o programa realizar seus objetivos profissionais, e hoje considera que conseguiu: atualmente mora em Curitiba-Pr e possui dois salões de beleza com bom faturamento³². Ela conta de suas expectativas quanto ao programa de forma bem clara: “era juntar minha grana, investir nos meus negócios, eu sempre tive um sonho de montar um salão (Entrevista 27/08/06).” A fama repentina pós-programa pode ser bem lucrativa, a participação em eventos pelo país inteiro rendem bons dividendos aos “*brothers*”. Quanto à fama, Marcela afirma que ela só seria útil se pudesse ajudar a promover sua vida profissional, com contatos interessantes: “aproveitar a mídia pras pessoas conhecerem meus negócios (Entrevista idem).” Em comum os três entrevistado estavam colocando sua imagem à venda, como forma de atingir objetivos pessoais ou profissionais.

Satisfação pessoal, auto-estima, narcisismo, se os “*brothers*” colocam sua imagem à venda com certeza o fez pensando em seu próprio benefício, suas razões psicológicas são importantes para contarmos sua história. Porém a motivação de cada participante não é meu assunto principal, o niilismo se coloca como uma das

³¹ À época Zulu era pentacampeão brasileiro de luta greco-romana, atualmente ele é heptacampeão.

³² O segundo salão acaba de ser aberto, aproveitando o sucesso do primeiro.

categorias centrais neste trabalho por nos possibilitar ver no “*Big Brother Brasil*” traços que confirmam a ascensão de um agir moral³³ baseado expressamente em interesses individuais.

Uma regra silenciosa dita o comportamento de todos no programa: *individualizai-vos!* Desde o vídeo de inscrição isso é válido, as características individuais são ressaltadas com toda ênfase, mostrar-se como simplesmente se é, a tônica dos depoimentos é essa: Buba por exemplo nos contou que em sua fita mostrava desde seus momentos profissionais no escritório, no bar; quanto à descontração ficou por parte dos exercícios na academia e à prática do Surf. Valorizar-se tanto qualidades como defeitos, vide o depoimento da inscrição de Solange veiculado pelo programa: “Eu sou assim, tenho orgulho da minha cor, não tenho vergonha de falar errado!”

Os depoimentos dos parentes e amigos também reforçam tal lógica, um “bom filho”, “grande amigo”, namorado fiel”, tudo com o propósito de reforçar a imagem individual do participante. Seus traços mais característicos também são destacados: “não leva desaforo pra casa!” “é estourada!” “brincalhão” “zen”. Quanto à sua disposição de trabalhar em grupo, à solidariedade, são características esquecidas, em seu lugar prima a lógica arrivista do “luta por aquilo que quer”, do se impor “doa a quem doer”.

Não que os demais valores deixem de existir, honra e dignidade não morrem, são incorporados à lógica de mercado do programa, ganham etiquetas de preço, uma nova vida como mercadorias. Uma vez postos à venda, só são valorizados se puderem render frutos para os participantes na disputa em que estão entrando. Se o “*brother*” é mais honrado que os demais então ele merece o prêmio, a honra tem um valor bem específico, o prêmio de 500 mil. A partir de então qualquer espécie de conduta humana se torna permissível no instante em que se mostre economicamente viável, “valiosa”, tudo tem seu preço, e quem puder pagar

³³ Razões do agir moral, segundo Costa (2002), são aquelas que podemos considerar comuns à coletividade, socialmente aceitas.

bem terá livre curso.

Na disputa para entrar na casa no pré-paredão Zulu expressou muito bem isso, as possíveis qualidades de um atleta foram ressaltadas em sua fita (tanto físicas quanto espirituais), além de incitar um nacionalismo dos espectadores, pois ele estaria representando o país no exterior, vide o seu slogan no vídeo de inscrição: “Zulu é Big, Zulu é Brother, Zulu é Brasil, vote!” Estratégia que ele confirmou em entrevista:

“na fita mesmo foi isso que eu falei, minha apresentação foi isso, na época eu era cinco vezes campeão brasileiro. Então foi isso que eu tava falando: que eu era atleta, que precisava de um patrocínio pra tentar o melhor desempenho, pra tentar competir de igual pra igual nas olimpíadas. E parece que engoliram né? Era ano de olimpíadas e tal, então eu achei que foi um bom apelativo” (Entrevista 31/07/06).

Mas temos casos opostos, como de Rogério, suas qualidades como bom filho e religioso somente valeriam alguma coisa se pudessem credencia-lo como um concorrente em potencial ao prêmio final. Caso contrário, as mesmas qualidades tornam-se apenas motivo de escárnio, após Rogério demonstrar sua amizade por Marcelo foi personagem de um videoclipe que ironizava a relação entre os dois, ao invés de valorizar o companheirismo de ambos o videoclipe sugeria em tom jocoso que havia “*algo mais*” entre eles, vide o título “*Meu Querido Adourado*”. A admiração de Rogério por Marcelo foi vista como um amor platônico, até mesmo sua religiosidade foi ridicularizada, quando rezou pela permanência do amigo no programa.

Vemos que tudo possui determinado valor de troca, até mesmo a própria imagem ou a liberdade, os confinados abdicam de sua liberdade em nome de uma outra liberdade sem princípios – da livre oferta. Livre significa livre para oferecer a si próprio como produto, estipular o seu próprio preço. E cada um coloca o preço que acha que vale, cada “*brother*” acredita valer em ouro o que pesa. Aqui cabe uma

comparação entre dois tipos distintos de perda de liberdade: a prisão e o confinamento do “*Big Brother Brasil*”. No dia 26 de abril de 2004 (após o término do programa), Buba foi preso por ter sido pego no aeroporto de São José dos Pinhais com 18 comprimidos de ecstasy e 50 gramas de maconha³⁴. O empresário ficou preso por 95 dias, e comparando o confinamento do “*Big Brother Brasil*” com o do presídio ele afirma haver muita semelhança, “são iguais!” As diferenças existentes apontadas por ele são principalmente valorativas: “enquanto num deles torcem para que você fique, no outro torcem para que você saia; no programa o participante entra de forma voluntária, havendo uma valorização positiva ausente no caso da prisão (Entrevista 13/04/06)”.

Mais do que conceber os “*brothers*” como niilistas, a própria lógica do programa o é: do corpo à intimidade dos participantes, tudo é devastado e destituído de qualquer valor. Em tempos de mercado global o niilismo ganha novas cores, retratadas no primeiro programa genuinamente mundial de televisão. E o autor contemporâneo que melhor debruçou sobre a temática do niilismo foi Jean Baudrillard, com “*Simulacros e Simulação*” (1991).

Em sua obra vemos que o niilismo atualmente já não é fruto de uma concepção de mundo baseada na decadência, nem numa radicalidade metafísica advinda da morte de Deus. À época do advento da modernidade, quando Deus morreu, ainda havia Nietzsche para testemunhar e propagandear o fato. Mas atualmente, diante da transparência simulada de todas as coisas, como a proporcionada pelas câmeras do “*Big Brother Brasil*”, ninguém mais percebe ou lamenta a ausência de um Deus. Os grandes enigmas metafísicos são solucionados via controle remoto, um experimento de onipresença pode ser feito por aqueles que assistem o programa na tv à cabo: com a transmissão de duas ou mais câmeras em diferentes pontos da casa ao mesmo tempo.

Isto é o que Baudrillard chama de niilismo da transparência, estaríamos simplesmente promovendo a destruição do sentido através da simulação das

³⁴ Sobre o envolvimento de Buba com drogas ilícitas, mais adiante serão vistos os motivos que o levaram a essa experiência.

relações sociais (como as simuladas no programa). Processo de alguma maneira ainda mais radical, mais crucial que nas formas anteriores do niilismo, pois esta transparência é indissolúvelmente a do sistema, e a de toda a teoria que pretende analisa-la. Se no século XIX o niilismo ainda significava a destruição radical das aparências, o desencantamento do mundo³⁵ e o seu abandono à violência da interpretação e da história; agora no século XXI significa o imenso processo de destruição do que restou, do sentido das coisas, processo igual à destruição anterior das aparências.

Ao revelar-se as coisas como realmente são (pelas câmeras onipresentes na casa), na procura de algum sentido revela-se simplesmente que nada possui qualquer sentido, a simulação do “*Big Brother Brasil*” é paradigmática nesse ponto: no momento em que a própria realidade é esvaziada de sua essência, a banalidade encenada corrói qualquer sentido e nos apresenta ao Nada (Nada-a-dizer, Nada-a-fazer). Confinados à realidade do programa, aos “*brothers*” resta padecer melancolicamente pelo mundo que abandonaram enquanto anseiam por um futuro melhor.

3.2 – DIANTE DE UMA TERRA DESOLADA: A MELANCOLIA

Antes de esmiuçar a melancolia presente no “*Big Brother Brasil*” veremos como, da mesma forma que o niilismo, a melancolia em si perpassa a cultura contemporânea. Para isso farei referência a um dos mais importantes autores do século XX, Walter Benjamin. Em sua obra podemos ler que diante da inevitabilidade do desaparecimento – num reconhecimento ainda que não declarado do impulso niilista da modernidade – há uma nostalgia da dialética, da síntese que seria capaz de dar unidade ao mundo, o tema da melancolia transpassa parte considerável da obra de Benjamin, mas resgatemos o contexto que influenciou o autor em suas

³⁵ Para Max Weber o desencantamento do mundo é o processo de eliminação das práticas mágicas e religiosas, levado a cabo pela razão através da ciência.

análises.

A desintegração do sistema começou a ficar visível mesmo foi na passagem do século XIX para o século XX, e devido ao ritmo abrupto das mudanças pelas quais o mundo passou nunca se falou tanto em perda, declínio, em desamparo, sentimentos expressos tão bem em obras literárias, como o poema de T.S. Eliot "*The Waste Land*"³⁶, publicado pela primeira vez em 1922. que se baseia na experiência efêmera do indivíduo moderno vivendo num mundo fragmentado, no qual vivencia sua experiência sozinho, desolado, e sobretudo, melancólico:

Sentei-me junto às margens a pescar
Deixando atrás de mim a árida planície
Terei ao menos minhas terras posto em ordem?
A Ponte de Londres está caindo caindo caindo
Poi s'ascose nel foco Che gli affina
Quando fiam uti chelidon – Ó andorinha andorinha
Le Prince d'Aquitaine à la tour abolie
Com fragmentos tais foi que escorei minhas ruínas
Pois então vos conforto.
(ELIOT, 1981 p. 105)

Em ensaios como "*Experiência e Pobreza*" e "*O Narrador*", Benjamin localizou a melancolia sentida por milhares como conseqüência do mesmo processo que levou a extinção da arte da narrativa, pois esta significava o declínio da experiência vivenciada na coletividade das épocas anteriores. Escritos na década de 30, os ensaios de Benjamin chamavam atenção para o fato de que ao final dos combates da Primeira Guerra Mundial os soldados retornavam silenciosos dos campos de batalha. Os combatentes voltavam mais pobres em experiências comunicáveis, e não mais ricos.

Em nada os relatos lembravam uma experiência transmitida de boca a boca, de uma época em que as histórias do campo de batalha eram ouvidas e passadas adiante por toda comunidade. Valores como a honra, a força e a coragem perderam espaço para horrores inomináveis. Vide a imensa produção de livros dos anos 20 sobre a Primeira Guerra, nada tinham em comum com os relatos de guerra

³⁶ "*A Terra Desolada*" na tradução brasileira.

anteriores. Ao invés da “*Ilíada*”, de Homero, e a exaltação à morte heróica e à honra dos guerreiros; “*Adeus às Armas*” de Hemingway, e os traumas de guerra, a morte inglória.

A experiência humana nunca fora tão profundamente desmoralizada, em todos os sentidos: a experiência estratégica da guerra de trincheiras, a experiência do corpo pela guerra tecnológica (vide as armas de destruição em massa) e a experiência ética pelos governantes. A mesma geração que havia ido à escola no bonde puxado a cavalos, de repente encontrou-se abandonada à própria sorte pelas devastadas planícies européias, e nunca havia percebido de forma tão profunda e imediata a fragilidade da condição humana.

Para Benjamin, os fatos apontavam o surgimento de um novo conceito de experiência no pós-guerra: em oposição ao conceito pleno de *Erfahrung*³⁷ teríamos o conceito de Vivência, *Erlebnis*, concentrada na vida do indivíduo particular, em sua solidão. Apesar do impacto das mudanças na passagem de século, as causas desse processo nos levariam de volta ao século XIX, quando o comportamento da burguesia fora abalado pela perda de referências coletivas. Seria ingênuo segundo Benjamin, considerar esse processo fruto apenas do século XX, o fim das narrativas seria um processo concomitante às mudanças na organização da produção ocorridas a partir do advento do capitalismo.

O isolamento, a incomunicabilidade humana, seriam para Benjamin frutos da ausência de um elemento comum que possa levar à compreensão, presente anteriormente na narrativa. Uma vez que a experiência transmitida pelo relato deveria ser comum ao narrador e ao ouvinte. A narrativa pressupõe, dessa forma, uma comunidade de vida e de discurso que o rápido desenvolvimento do capitalismo, da técnica, sobretudo, destruíra. A distância entre os grupos humanos, particularmente entre as gerações, transformara-se a partir da modernidade, num abismo porque as condições de vida mudavam em ritmo demasiado rápido para a

³⁷ Do original em alemão experiência, partilhada na coletividade.

capacidade de assimilação, inclusive da linguagem.

O caráter de comunidade entre vida e palavra apoiava-se sobretudo na organização pré-capitalista do trabalho, especialmente na atividade artesanal. O ritmo lento e orgânico da atividade artesanal permitia uma sedimentação progressiva das diversas experiências através da palavra unificadora, algo impensável na ordem capitalista, devido não somente a rapidez do processo de trabalho industrial, mas também ao caráter fragmentário da linha de produção. A organização do modo de produção não necessita mais de uma visão do todo, universal, agora ela substituída por uma visão fragmentada.

Nos versos de Eliot estes são os fragmentos que apóiam nossa própria ruína, pois a ordem cultural contemporânea não é fruto senão dos atos da própria humanidade, que sofre melancolicamente as conseqüências de seus atos. Vemos isso claramente no *“Big Brother Brasil”*, nossos heróis se encontram divididos: enquanto os *“brothers”* se lançam (por vontade própria) dentro da casa do programa se ressentem do mundo que deixaram para trás. A idéia (niilista) de que cada um é um mundo que se basta a si mesmo não se sustenta, posto que constata o próprio desaparecimento diante das câmeras, acaba subsistindo um ideal de transcender a condição tão frágil e efêmera das relações desenvolvidas no confinamento. O mundo abandonado passa a representar a unidade perdida, a última esperança de transcender a própria efemeridade.

Neste contexto se inserem os participantes do *“Big Brother Brasil”*, confinados à *“realidade”* do programa os participantes sofrem melancolicamente, exaurida em sua simulação, o pequeno cosmo criado em estúdio incita a nostalgia da perda do mundo exterior. Buba resume tal sentimento com as seguintes palavras: *“Hoje não tem nada melhor do que você pegar uma rua e andar até o fim dela, ir até onde tua vista alcançar você poder caminhar. Você passar a mão num telefone e ligar pra quem você quiser, entendeu? E falar: meu, tô com saudade de você. Então eu passei a ter uma visão do todo com tudo isso (Entrevista, 13-04-06).”* Em todo seu sentido a nostalgia promove a sobrevalorização da verdade, da objetividade e da autenticidade de segundo plano. Como se nada do que acontecesse dentro do

confinamento fosse real, devido à consciência de todos de quão efêmero é aquele pequeno cosmo.

A relação entre melancolia e niilismo é explícita, a melancolia surge apenas quando o niilismo desfaz a esperança de equilibrar o bem e o mal, o verdadeiro e o falso, e mesmo de confrontar alguns valores da mesma categoria. A Vivência individual dos “brothers” só faz reforçar ainda a necessidade da Experiência coletiva, a única possibilidade de transcender, superar o vazio que se encontram, seria no contato com outras pessoas: amigos, parentes e cônjuges são importantes nesse sentido, como Buba insistiu em ressaltar ao reencontrar sua família: “Eu descobri que eu preciso de pessoas. Quando eu sai eu olhava pro meu pai, pra minha mãe, pra eles e falava: meu, eu preciso de vocês! Eu pedia desculpa pra eles: desculpa porque eu fiz cagada. (Entrevista, 13-04-06)”

Novamente a comparação entre prisão e “*Big Brother Brasil*” se mostra relevante, para termos uma dimensão da falta que o convívio dos entes queridos sobre os “*brothers*”. Buba afirmou que na prisão o convívio humano seria mais respeitado, enquanto no programa o único contato permitido era com os demais confinados, o que excluía familiares, e tudo era vigiado (como o telefonema para a namorada), na prisão ele enviava e recebia cartas todos os dias, e recebia a visita da família todos os finais de semana. A ausência dos entes queridos é sentida de forma tão forte que chega a surpreender os participantes, Marcela tem uma filha que à época estava com oito anos de idade, e sobre as saudades da filha ela confidencia: “Minha filha era a primeira pessoa que eu sentia saudade, era algo sufocante, nem eu sabia que eu tinha tanta saudade (Entrevista 27/08/06).”

As relações desenvolvidas dentro da casa também podem ser entendidas dessa forma, como um último resquício da coletividade, da esperança de transcender o individual. Alguns participantes desenvolvem vínculos tão fortes que perduram para além do confinamento, do encerramento do programa. Vejamos o exemplo do “*Clube do Boco*”, formado durante o “*Big Brother Brasil 4*”: como forma de passar o tempo Buba, Marcelo, Zulu e Dudu jogavam o “boco”, uma brincadeira infantil que acabou dando nome ao grupo; a amizade iniciada dentro do programa

dura até hoje, inclusive no dia da entrevista com Buba ele estava hospedando Zulu, uma visita constante na casa, além de todos manterem contato por telefone e internet quase diariamente.

Dentro da casa a formação de grupos é inevitável, como uma forma de enfrentar a melancolia, além de ser um mecanismo de defesa na disputa, visto que a probabilidade de votos dentro do próprio grupo é menor. A partir do momento em que se forma um grupo isso fica evidente para todos, às vésperas de uma votação Cris interroga Géris: “Cê acha que alguém do “Clube do Boco” vai votar num deles mesmo? Eles não vão fazer isso!” Ainda sobre o “*Clube do Boco*”, Solange em uma conversa reservada com Cida fala que a autopreservação do grupo não pode ser entendida como um ato de má fé, mas como um movimento natural do grupo: “Não é por maldade, é por proteção! Tão se protegendo, mas não deixa de ser um grupo!” Quem resume muito bem o valor das amizades surgidas ali dentro é Zulu:

“lá dentro ajuda, primeiro: é uma válvula de escape você fazer uma amizade, poder conversar com alguém bem, de igual pra igual. Segundo: é um voto a menos que você recebe, se você fez amizade ali o teu amigo não vai votar em você, porque com certeza ele vai querer ir até o final da casa com alguém, com companhias agradáveis. (Entrevista 31/07/06)”

As relações de afetos desenvolvidas no confinamento são fruto da própria condição em que se encontram os “*brothers*”, como revelou Marcela: “Você tá muito vulnerável, enfim, você fica muito carente, é falta da tua família, falta das pessoas que você tinha por hábito uma convivência mais gostosa. Então você acaba se apegando (Entrevista 27/08/06).” Além disso, as amizades fortalecem a pessoa, dão ânimo para continuar na disputa: “Não só no sentido de ficar, mas no sentido de tranquilidade, de ter alguém, de ter um braço um ombro pra poder chorar. Pra poder dar risada. Te fortalece (Entrevista idem).”

Ao se encontrar sozinho dentro da casa, depois de totalmente desfeito o “Clube do Boco”, Marcelo se isolou dos demais, e lamentava profundamente a

partida dos amigos que tinham feito no confinamento. Apesar da admiração de Rogério por Marcelo, o último sobrevivente do “*Clube do Boco*” passou a andar sozinho de cabeça baixa pela casa, carregando consigo as lembranças dos momentos que partilhou com Dudu, Buba e Zulu. Cada perda se faz sentir profundamente, para todos na casa, como conta Marcela: “Cada perda que eu tinha ali dentro era terrível (Entrevista 27/08/06).”

Em certo momento do programa torna-se ainda mais importante esse resquício de uma Experiência coletiva, quando restavam apenas seis pessoas dentro da casa se formaram três duplas inseparáveis: Thiago e Cida, Juliana e Marcela, e Rogério e Solange. Cada uma dessas duplas possuía suas peculiaridades, por exemplo Thiago e Cida entraram no programa juntos por sorteio, nos primeiros dias se sentiram excluídos dos demais participantes, chegaram a ter um *affaire* durante uma festa e mesmo depois do acontecido permaneceram se protegendo mutuamente até chegarem a final juntos. Os dias mais harmoniosos da casa foram os dois últimos, justamente quando sobraram apenas os dois amigos inseparáveis, que faziam questão de ressaltar sempre que surgia a conversa sobre as histórias vividas ali dentro: “*entramos juntos e vamos sair juntos!*”

Solange e Rogério tiveram um namoro durante algumas semanas dentro da casa, mas tudo acabou no momento em que ele foi eliminado, o relacionamento dos dois não tem uma vida pós-“*Big Brother Brasil*”. Juliana também chegou a ter um relacionamento dentro da casa (com Marcelo) mas não terminou de uma forma pacífica, os dois discutiram e ela terminou por o indicar ao paredão quando foi líder. Quando se viu na casa com dois “casais” já formados aliou-se com aquela com quem teve sérias discussões na primeira semana, Marcela³⁸, mas o vínculo entre as duas se estabeleceu de forma tão forte que Marcela nas duas vezes que foi o “anjo” salvou Juliana do paredão, a dupla foi desfeita somente quando as duas se enfrentaram em um paredão e Marcela acabou eliminada.

³⁸ Em uma conversa com a antiga rival Juliana fez uma brincadeira: “Você é o meu casal Mama, agora nós somos um casal!”

Ocorre uma espécie de troca entre os “*brothers*”, quem se doa também recebe, por isso é valorizada a convivência com o resto do grupo. E aquele que se afasta dos outros sabe que os está prejudicando, algo que também se torna cada vez mais evidente na medida em que o grupo vai ficando melhor. A divisão dos quartos deixa de existir, em algumas noites até mesmo o líder faz questão de dormir junto de todo mundo. Ao ter seus primeiros momentos de tristeza e solidão dentro da casa, Thiago também tinha consciência de que estava prejudicando seus companheiros de confinamento, tanto que pediu desculpas aos demais pelo afastamento quando o apresentador Pedro Bial tocou no assunto.

Tal como os seis personagens à procura de um autor de Pirandello, nossos quatorze “*brothers*” vagam à procura da universalidade perdida, através da única Experiência coletiva possível em nossos dias, a de “*ver e ser visto*”. O “*Big Brother Brasil*” e sua lógica ambígua apenas tornam perceptível a mesma ambigüidade já presente na cultura contemporânea. Voltemos a Baudrillard (1991), para quem a melancolia atualmente se revela numa forma diferente da melancolia manifestada à época de Benjamin, agora ela é a tonalidade fundamental dos sistemas funcionais. A melancolia em Baudrillard é vista como um sintoma da desafeição brutal que é a dos sistemas saturados, a contrapartida (o outro lado da moeda) do impulso niilista contemporâneo. A melancolia é a qualidade inerente ao modo da implosão do sentido, característica sobretudo do programa. O niilismo visto no “*Big Brother Brasil*” cumpre a premissa de Baudrillard ao realizar-se de maneira inusitada, não por meio da destruição e do aniquilamento, mas por meio da simulação.

Se em Nietzsche e Marx o niilismo ainda visava normalizar o mundo via destruição, libertando-se dos obstáculos “morais” ao pleno desenvolvimento humano, em Baudrillard o niilismo ocorre via o desaparecimento, uma vez que o sentido é implodido não há mais o contra o que se voltar. Trata-se simplesmente do desaparecimento de um sentido ou destino final para a humanidade, senão estamos diante de uma narrativa baseada na decadência também não estamos mais diante de uma narrativa baseada na idéia da emancipação.

Vivemos a partir de então numa espécie de “alucinação” estética da realidade, e a morte do social aliada à perda do real conduzem a uma “nostalgia” pelo real, um fascínio e uma procura desesperada por pessoas reais, valores reais, sexo real. Não é a toa a hegemonia televisiva dentre os demais meios de comunicação, do vídeo como linguagem, da pornografia ao invés do erotismo, e finalmente, dos reality shows como atração principal das grandes redes. Estamos fascinados por todas as formas de desaparecimento, até mesmo pelo nosso próprio desaparecimento, nesse sentido se justifica a vontade em ser um “*brother*”, em desaparecer na tela, via a própria superexposição. Todos padecemos de uma mesma paixão, a “*paixão pelo real*”.

3.3 – PAIXÃO PELO REAL X PAIXÃO DOS CÍNICOS

As elaborações sistemáticas da epistemologia e do historicismo do século XIX já desapareceram, as contestações impostas pelas obras de Wittgenstein e Heidegger colocaram ponto final nos grandes sistemas filosóficos. O século XX teria se caracterizado pela procura da coisa em si, a “*paixão pelo real*”, nas palavras de Slavoj Žižek, em “*Bem-Vindo ao Deserto do Real!*” (2004). Essa “*paixão*” nada mais seria do que a experiência direta do Real como oposição à realidade social diária, o Real em sua violência extrema (as duas guerras mundiais e todas as barbáries espalhadas pelo globo) como preço a ser pago pela retirada das camadas enganadoras da realidade, as teorizações filosóficas.

Essa paixão por penetrar a Coisa Real (em última instância o Vazio destrutivo ainda nos moldes niilistas) culminou na emoção Real como o efeito último, experiências como a realidade virtual, os efeitos especiais digitais cinematográficos, até os filmes pornográficos amadores que circulam pela Internet, e logicamente, os reality shows televisivos como o “*Big Brother Brasil*”. Surpreendentemente, a “*paixão pelo real*” vista nesses exemplos vai levar justamente ao seu oposto, uma encenação teatral, aproximando-a de um espetáculo. Neste sentido, os participantes

do “*Big Brother Brasil*” revelam-se personagens, ainda que se apresentem como reais para valer, os “*brothers*” estão representando – ainda que representem a si mesmos.

A edição do programa nos moldes de uma telenovela, na versão transmitida pela TV aberta, também é pródiga na criação de personagens, vejamos alguns dos que foram construídos para a quarta edição: o “lutador” (Marcelo), a patricinha (Juliana), a “mama” (Marcela), o empresário da noite bem-sucedido (Buba). Claramente, cada “indivíduo” inserido no programa perde o direito sobre sua imagem, no termo assinado por contrato, é retirada do indivíduo sua condição autônoma e autoral, restam apenas os traços que lhe deixam atrativo como personagem.

Em sua entrevista Buba comenta do sentimento de ter se percebido um **personagem**: “minha identidade que foi criada não era eu, eu fui um personagem! Isso me chocou muito quando eu sai, eu não sou só isso, aquilo me incomodava muito!” (Entrevista, 13-04-06). Agora Buba não era mais um consultor do ramo tecnológico, recém ingresso no ramo de bares noturnos, que tinha como hobby o surf nos fins de semana; a partir de então era um *bon vivant* que se divertia no próprio lugar de trabalho, na noite curitibana. Tal como numa novela, somos apresentados a estereótipos, mas estes mais próximos da classe média urbana, como notou Ivana Bentes (FSP 31/03/2002), em artigo intitulado “*Guerrilha de Sofá*”, ainda sobre a primeira edição do programa: temos agora a modelo, o empresário, o publicitário, o gerente de loja de grife.

Perceber-se alienado de sua própria imagem pode levar à uma dimensão melancólica e violenta da “*paixão pelo real*”, vide o ato de se cortar de certas pessoas – principalmente mulheres sofrendo de depressão – o problema dessas pessoas é exatamente a afirmação de sua própria realidade. Longe de ser uma atitude suicida, ou de indicar um desejo de auto-aniquilação, o corte configura-se numa tentativa radical de (re)dominar a realidade ou, o que é outro aspecto do mesmo fenômeno, basear firmemente o ego na realidade do corpo contra angústia insuportável de sentir-se inexistente. As “supostas” suicidas geralmente afirmam

que, ao ver o sangue quente e vermelho correr do ferimento auto-imposto, sentem-se novamente vivas, firmemente enraizadas na realidade. Dessa forma, apesar de ser evidentemente um fenômeno patológico, o corte não deixa de ser uma tentativa (ainda que também patológica) de recuperar algum tipo de normalidade, de evitar o total colapso psicológico.

Não tivemos nenhuma tentativa de suicídio no “*Big Brother Brasil 4*”, porém houveram reações que podemos igualmente classificar como violentas (embora não tão extremas). Buba relatou em sua entrevista que pensou em rasgar as únicas fotos que tinha levado para dentro da casa, não acreditava mais que as pessoas ali retratadas existissem: “cheguei num ponto do jogo (e a Dilly viu), que eu falei: vou rasgar essas fotos, porque eles não existem, são coisa da minha cabeça! (Entrevista 13/04/06)” O que chama atenção nesse exemplo é a possibilidade de retornar à sanidade apenas via um ato de destruição, no caso da última lembrança dos entes queridos que Buba deixou do lado de fora da casa, se as pessoas das fotos não existiam pelo menos ele existia para poder rasga-las.

Mas tais sentimentos não necessariamente cessam após o fim da participação no programa, já fora da casa Buba encontrou nas drogas a única forma de suportar a perda da própria identidade: “Eu acabei me afundando na droga! Minha identidade que foi criada não era eu, eu fui um personagem, isso me chocou quando eu sai: eu não sou isso! Aquilo me incomodava muito. (Entrevista 13/04/04)” A reação de Buba foi extrema, mas isso não quer dizer que os demais participantes também não sofram os efeitos de sua transformação em personagens, segundo Zulu, “os únicos que não reclamam são os vencedores! (Entrevista 31/07/06)”.

Se os efeitos são tão devastadores assim sob quem se dispõe a participar desse reality show, então o que os impede de simplesmente jogar tudo para o alto e desistir do programa? O que é capaz de manter a sanidade dos participantes? Aqui o prêmio em dinheiro se revela como a maior recompensa: tanto pela nulidade da própria existência comprovada diante das câmeras, quanto pela perda do contato humano.

Em tempos de desvanecimento dos projetos filosóficos, dos ideais, tal como vimos com a *“paixão pelo real”*, a realidade existente se coloca como instância normativa da realidade ideal, no *“Big Brother Brasil”* a única realidade reconhecida por todos é o prêmio em dinheiro. Prevalece aqui o que se convencionou chamar de razão cínica, aquela que confessa reconhecer os fundamentos violentos e desiguais das aparências ideais do social (no caso, de que o dinheiro compra tudo), mas ao mesmo tempo defende a validade destes fundamentos, a pretexto de que são “verdadeiros” posto que inevitáveis. Pois como dizia Clark Gable³⁹: *“o dinheiro só não compra o amor, porém compra excelentes imitações”*.

O público compactua com tal máxima ao participar das votações que eliminam participantes, seus votos por esta perspectiva significam aprovação do comportamento cínico. Aqui se revela a dialética implícita no programa diante de nossos olhos: o ponto de equilíbrio, que sintetiza o niilismo da lógica do programa e a melancolia sentida pelos participantes é uma razão cínica, já existente na cultura contemporânea. Com o *“Big Brother Brasil”* não temos mais uma *“paixão pelo real”*, agora estamos diante da *“paixão dos cínicos”*.

A legitimidade do programa está apoiada nesta premissa, ambos, público e *“brothers”*, são artífices de uma mesma razão cínica. Dentro e fora da casa as pessoas participam voluntariamente, sabendo que o prêmio é o dinheiro. os espectadores cabe escolher quem sai e quem fica em razão do humor ou da convicção moral momentâneos. Já quanto aos *“brothers”*, cabe o papel de desnudar a verdade, já presente na sociedade como um todo: a partir de agora, valemos o que nossas atitudes nos levam a ganhar, se realiza enfim o ideal *“do seu peso em ouro”*.

Para aprofundar um pouco mais essa discussão é necessário analisarmos a razão cínica por estes dois vieses, tanto dentro como fora do programa. Primeiramente o conceito de razão cínica é atribuído a Peter Sloterdijck, em sua

³⁹ Ator norte-americano, famoso por personagens cínicos como Rhett Butler em *“E O Vento Levou”* (1939).

obra *“A Crítica da Razão Cínica”* (1983)⁴⁰. O título é uma espécie de paródia à *“Crítica da Razão Prática”*, de Kant, que tentava fazer uma teoria moral da sociedade, não de uma sociedade que existisse, mas de uma sociedade que deveria existir, em nome da Razão e da Liberdade. Já Sloterdijck faz uma crítica da sociedade contemporânea, uma sociedade amoral, da qual a razão cínica seria um traço indelével.

Ao identificar o cinismo de forma tão determinante na cultura contemporânea, Sloterdijck se insere numa tradição que remonta a autores como Nietzsche. Para Nietzsche o cinismo é visto como uma postura além do bem e do mal, como um jogo do espírito livre. O cínico expõe a natureza do homem, coberta pelo moralismo e a vergonha; por isso é mais honesto que o homem moral. Na sua concepção, os cínicos seriam aqueles que confessam ingenuamente a animalidade, a vulgaridade, como “regras” que aprenderam da sociedade, entretanto, os cínicos conservam seu espírito suficiente livre para sentirem-se obrigados a falar ante testemunhos de si mesmos e de seus semelhantes. Em uma época ameaçada pelo moralismo, Nietzsche defende o cinismo como comportamento, uma arma contra a mediocridade pequeno-burguesa: “O cinismo é a única força sob a qual as almas vulgares roçam o que se chama sinceridade e na presença de todos os matizes de si mesmo, o homem superior deverá aguçar o ouvido e considerar-se feliz todas as vezes que perceber as palhaçadas despudoradas ou os desvarios do sátiro científico (NIETZSCHE, 2001, p. 39)”.

O pensamento de Nietzsche, como bem notou Goldenberg (1997), faz parte de um movimento que desde o século dezoito lança mão da figura e dos motivos cínicos, incluindo a crítica literária ou de costumes e o senso comum. Além do mote do cinismo, utilizavam muito de sua retórica, para debochar dos novos valores que o Iluminismo introduzira na cultura. Entre suas condutas podemos destacar: o descaro em falar sobre coisas relativas ao sexo; a conduta

⁴⁰ Devido à não existência de traduções para o português da obra, e da dificuldade em se encontrar até mesmo traduções em inglês ou espanhol no país a obra em questão será citada aqui a partir de leituras de autores como Goldenberg (1997), Costa (1988) e Mendonça (1999).

desavergonhada; o tratamento satírico de assuntos sérios ou um insultuoso sarcasmo. Mas alguém era considerado cínico sobretudo quando criticava a cultura e elogiava o retorno à natureza e o afastamento da civilização, durante o Século das Luzes, o cinismo significava o lado obscuro da razão, o fracasso do Iluminismo.

Nesse sentido, a razão cínica ocupa o espaço da razão crítica. Vejamos isso no exemplo que Jurandir Freire Costa nos dá em "*Narcisismo em tempos sombrios*"(1988), da diferença entre razão crítica e razão cínica no que concerne à leitura que as duas fazem da lei, primeiramente o pensamento crítico:

“o pensamento crítico, voltado para os Ideais, mostra que a abstração da Lei Universal oculta, em cada momento histórico, os interesses particulares de grupos ou classes de legisladores concretos. A letra da lei e suas condições de aplicação mostram que só legisla quem tem força para fazer leis e impor sanções. E como a força é propriedade de quem domina e controla os instrumentos de dominação, o fundamento último da lei é a violência. Mas o pensamento crítico, afirmando que a origem da lei está na violência, não procura inocentá-la ou legitimá-la, com algo necessário. Quando fala do lugar do Ideal, a razão crítica quer, isto sim, mostrar que não existe uma essência da Lei; que as leis são plurais e frutos de fatos históricos contingentes. Por isso mesmo, colocando-se hipoteticamente do lado da Lei Ideal, a crítica propõe, no horizonte do possível, a idéia da perfectibilidade das instituições sociais, através da práxis, da ação ou do discurso (COSTA, 1988 sem página).”

Enquanto isso, a razão cínica tem outros pressupostos:

“A razão cínica, pelo contrário, caminha aparentemente ao lado da razão crítica mas para afirmar a primazia da violência, ornando-a de atributos essenciais e universais. Depois de criticar o "universalismo da Lei Idealista", o cinismo reifica escancaradamente uma outra abstração, a da violência universal e necessária! E, o que é mais inescrupuloso, não esconde o particularismo de interesses responsável pela reviravolta ideológica. Em nome do realismo, o cínico convida a todos para que subscrevam a moral da violência, que ele decretou universal e verdadeira (COSTA, 1988 sem página).”

Para o autor, desde a década de 80 estaríamos assistindo à transformação

dos brasileiros em indivíduos social e moralmente supérfluos. O que levaria a uma sensação de que nada mais tem valor, passando a proliferar a idéia de que o valor não existe, que tudo é igual, tanto faz. A razão cínica teria passado a imperar no cotidiano, nas relações familiares, profissionais e no nível político: seja eu um mau caráter, ou um homem de bem, é exatamente igual. Ou senão pior, do ponto de vista do indivíduo existiriam mais vantagens em ser um corrupto, uma vez que as leis não funcionam, cada um se sente no direito de fazer suas próprias leis. Aqui se revela o apogeu daquilo que vimos anteriormente como a privatização da esfera pública, é negada de antemão qualquer possibilidade do bem comum.

No caso do “*Big Brother Brasil*” a razão cínica se impõe na forma como o prêmio justifica tudo, as intrigas, traições, sentimento de perda, afinal todos estão ali por ali em busca de 500 mil reais, compactuam silenciosamente da mesma lógica. Cada “*brother*” cria suas próprias leis e regras na disputa pelo prêmio, além de seus próprios critérios de escolha de voto. A crueldade no “*Big Brother Brasil*” não poupa sequer os afetos, negativos e positivos, que se desenvolvem entre os personagens, os vínculos de amizade, amor e solidariedade que a experiência do confinamento é capaz de produzir. As amizades construídas ali no confinamento estão todas por um fio, prestes a acabar quando elas se interpuserem ao prêmio desejado. Sobre o peso que o prêmio tinha Buba afirma: “é pesado, pra mim ele pesava tudo! Sabia que uma hora ia ter que votar por exemplo no Zulu, no Dourado, sabia que poderia perder a amizade deles! (Entrevista, 13-04-06)”.

Logo no primeiro dia de confinamento Zulu pôde perceber isso, houve a disputa por um carro zero km que consistia numa prova de resistência: os participantes se dividiram em casais e ficaram sentados em mini-carros, a eles não era permitido se levantar ou ir ao banheiro, e o último casal a sobrar dividiria entre si o carro e a liderança na primeira semana. Zulu formou casal com Marcela, e os dois foram os últimos a desistir após 12 horas, perdendo a disputa para Cristiano e Geris. Mas a desistência de Zulu não foi muito bem aceita, como ele mesmo conta:

“ela olhou com uma cara pra mim que eu achei que foi meio traumatizante. Então sempre quando eu lembro de Big Brother a primeira coisa que eu lembro é o rosto dela me olhando nesse momento. Tipo de decepção, porque foi ela que tinha me escolhido pra ficar de dupla dela: “vamo nós dois?” Eu falei beleza. Ela tentava me incentivar: “que é isso? Você agüenta, não pensa nisso! (Entrevista 31/07/06)

No caso dessa prova, parecia haver um propósito implícito em sua realização: gerar a discórdia entre as duplas. A dupla vencedora teria de dividir um carro e a liderança na primeira semana, algumas duplas inclusive confessaram que foram levadas a desistir porque não conseguiram se acertar quanto a quem levava o que, então para evitar uma briga logo no primeiro dia de programa optaram por abandonar a prova. A derrota de Zulu e Marcela também revela outra possibilidade de conflito: a desistência de um dos pares poderia levar à frustração do outro. Detalhe que essa não foi a única prova na qual havia a possibilidade de conflito, a própria Marcela reconhece uma tendência latente em todas as provas do programa: “a tendência do programa é toda nesse sentido, de criar conflitos e confusões (Entrevista 27/08/06).” E haveria uma predisposição por parte dos participantes, uma vez que todos entraram visando o prêmio: “pois todo mundo que entra, entra com o objetivo de faturar o prêmio, então é natural o conflito (Entrevista idem).”

Os paredões também são momentos que revelam essa efemeridade, quando confrontam duas pessoas que se tornaram amigas no confinamento. Logo no segundo paredão, Christiano(indicado pelo líder Zulu) enfrentou Dudu(escolhido pelos demais participantes), se não eram os melhores amigos, pelo menos entre eles não havia nenhuma desavença séria. No domingo em que os dois foram escalados para o paredão, participantes e público foram despertados para a disputa do programa, coube a Christiano se revoltar e desmistificar a amizade dos “*brothers*”. Utilizou o termo “sacanagem” para definir o resultado da votação que definiu Dudu como seu adversário no paredão, instalou-se o clima de desconfiança na casa (quem teria votado em Dudu?) e todos puderam perceber como os afetos desenvolvidos entre eles eram frágeis.

A desconfiança de Dudu foi mais longe, começou a interrogar os demais “*brothers*” para descobrir quem teria votado nele, numa discussão com Thiago teve a constatação de que tinha contado com o voto dele para ir ao paredão, e se disse magoado. Mas Thiago ao dizer que não estava arrependido lhe revelou o caráter do programa, afinal, eles estavam numa disputa, e não adiantava chatear-se com esse ou aquele participante pois todos mais cedo ou mais tarde seriam votados.

Algumas semanas depois, quando já estava isolado dentro da casa, Marcelo se revoltou contra Marcela por esta ter votado em Zulu, até então os dois eram amigos dentro da casa. Marcela lhe falou que não há espaço para este tipo de arrependimento dentro do programa, e que devido à lógica imposta pela disputa ali não era o melhor lugar para conhecer um amigo: “Aqui não é a vida, são pessoas que você conheceu agora. Aqui não é o melhor lugar pra você conhecer alguém, uma pessoa que votou poderia ser tua amiga lá fora.”

Na quarta edição a participante que melhor encarnou tal espírito foi a paraibana Geris, que não hesitou em participar de “complôs”: supostamente amiga de todos na casa, Geris não apenas tentou combinar votos com os mais próximos (na formação de um grupo chamado de os “*super pobrinhos*”), como votou nesses mesmos amigos a quem tinha inspirado confiança; estava acima de qualquer suspeita nas contas dos emparedados, pois lhes garantia que não havia votado neles. Mas os votos de Geris contribuíram substancialmente para constituir os dois primeiros paredões: no primeiro votou em Juliana, e no segundo votou em Dudu (mesmo lhes jurando que tinha sido uma amiga fiel), ambos “emparedados”. Em uma conversa pós-votação, ela perguntou se Cida estava arrependida de seu voto, ao que ela respondeu: “eu não!”, então ela completou, “isso mesmo, a gente tem que votar em alguém”.

Apenas após o término de sua participação no programa os demais participantes puderam conhecer seus votos, quando de sua eliminação Pedro Bial definiu sua estratégia de jogo como arriscada, apesar de ser uma “boa” estratégia para dentro da casa, ela sabia do risco que correria assim que sua permanência

dependesse dos votos do público, que conhecia suas “jogadas”. Já do lado de fora, defendeu com as seguintes palavras seus atos: “a gente tem que usar nossos princípios até o fim. Se lá é pra jogar, então pra que ficar fazendo amizadezinha? Se lá fora a gente tem o mundo inteiro pra fazer amizade, mas a gente tem que lembrar que a gente entrou pra fazer um jogo, a gente tem que livrar sua pele pra ficar até o fim! Infelizmente não deu certo, mas eu entrei pra ficar até o final!”

Naturalmente, esta moral beneficia antes de mais nada seus artífices (COSTA, 1988). É um jogo onde o vencedor é conhecido de antemão, e o prêmio ao vencedor é a manutenção do *status quo*. As elites ainda dominam, e as classes subalternas sabem que vão continuar obedecendo. O cinismo dos participantes do “*Big Brother Brasil*”, oculta sob o formato de um jogo, um surpreendente projeto de poder. As pessoas (os espectadores especificamente) são induzidas a crer que controlam o que já foi controlado, e o que, de fato, limita suas liberdades continua onde sempre esteve (COSTA, 2002). A autonomia dos participantes (aqui estamos falando tanto de “jogadores” quanto de espectadores), é posta a serviço do irrelevante, como um ganho a mais para aqueles que realmente agem conforme seus interesses de dominação, no caso, os jogadores: o pequeno poder pode parecer à primeira vista píffio, mas se multiplicado por milhões, poderia alcançar incrível potencial.

Mas como é possível reconhecer num programa como o “*Big Brother Brasil*” aspectos culturais presentes na sociedade contemporânea (como o predomínio de uma razão cínica)? Não que ele molde a sociedade à sua imagem, ele antes reflete um estado de coisas (a privatização da esfera pública), para ilustrar melhor essa concepção eu me utilizo da categoria de simulacro, que será aprofundada no próximo capítulo.

CAPÍTULO 4 - BEM-VINDOS AO DESERTO DO REAL

No sétimo livro da “*República*” (2000), Platão nos sugere imaginarmos a seguinte situação: a existência de uma prisão subterrânea na qual os cativos ficam amarrados ao mesmo lugar desde a infância, seu ângulo de visão apenas os permite perceber sombras das pessoas e dos objetos que estão do lado de fora. A eficiência do cárcere é tamanha que os prisioneiros sequer percebem sua condição, e pensam que o mundo na realidade não passa daquele amontoado de sombras.

O filósofo adverte que mesmo se um dia os cativos conseguissem sair estariam praticamente indefesos, entregues à própria sorte: suas pernas não funcionariam, os olhos não conseguiriam enxergar e até mesmo a mente se recusaria a aceitar o mundo “real”. Diante de tal choque, seria natural que muitos preferissem voltar para a caverna e esquecer o que viram. Mesmo assim, alguns poucos conseguiriam adaptar-se, perceber a sua condição e enfim teriam alcançado um conhecimento superior e mais “real” sobre o mundo.

Platão se utiliza da alegoria da caverna para dizer que nós humanos seríamos iguais aos prisioneiros da caverna, presos a um mundo de aparências que não reflete a verdadeira realidade. “Assemelham-se a nós. E, para começar, achas que, numa tal condição, eles tenham alguma vez visto, de si mesmos e dos seus companheiros, mais do que as sombras projetadas pelo fogo na parede da caverna que lhes fica defronte? (PLATÃO, 2000 p. 225)” A saída, para Platão, estaria na filosofia, no conhecimento, capaz de nos levar à iluminação. Este seria o caminho para o mundo das formas ou das idéias, o lugar onde seria possível atingir a essência das coisas, enfim, a “realidade”.

Um recente exemplo dessa lógica encontra-se no grande sucesso cinematográfico dos irmãos Wachowski, “*Matrix*” (1999): na história do filme a realidade material que todos compartilhamos é virtual, gerada e coordenada por um gigantesco megacomputador ao qual estamos todos conectados. Ao acordar na “verdadeira realidade”, o herói (o hacker Neo) descobre-se numa paisagem desolada cheia de ruínas carbonizadas – o que sobrou da cidade de Chicago após uma

guerra global. O líder da resistência, Morpheus, lança-lhe uma estranha saudação: “*Bem-vindo ao deserto do real*”. Os conselhos dados por Morpheus seguem o mesmo tom dos conselhos de Platão: para alcançar a essência da realidade verdadeira é necessário um doloroso processo de autoconhecimento que, uma vez conseguido, torna a pessoa sábia, justa e capaz de discernir a realidade da ilusão.

Da mesma forma, o modelo do “*Big Brother*” facilmente pode ser considerado uma atualização da caverna de Platão, os confinados passam a viver na sua própria “realidade”: a noção de tempo e de espaço dentro da casa é completamente alheia ao mundo exterior, além do contato pessoal ser restrito apenas aos demais participantes. São alvos de manipulação por parte da produção do programa, por meio de gincanas, monitoramento e intervenções que visam garantir as regras de convívio. Porém, o “*Big Brother*” atualiza os moldes da caverna de Platão aos aspectos culturais contemporâneos, que já enumerei no primeiro capítulo.

Além disso, o “*Big Brother*” atualiza uma categoria específica da teoria de Platão, a noção de simulacro. O simulacro para Platão não passa de uma representação falsa, uma representação de algo inexistente, a cópia idêntica de algo cujo original jamais existiu. Nesse sentido, podemos interpretar as sombras projetadas na parede da caverna como simulacros, imagens destituídas de realidade.

Para Platão, o simulacro se refere mais à alienação vivida pela sociedade do que à questão de uma possível manipulação por meio das imagens projetadas na parede da caverna, as pessoas só permaneciam ali por causa do tamanho estado de ignorância que atingiram, alienaram-se seu potencial de interferência na realidade social. Sobre a mesma questão da alienação, o autor que colocou o tema em voga na modernidade foi Karl Marx, quando disse que a sociedade estaria sob os efeitos de uma lógica fetichista.

Tal lógica fetichista para Marx marca o capitalismo desde o princípio, sob o fetiche da mercadoria. O conceito de fetiche em Marx remete originalmente à crítica

da religião do século XVIII. Conforme nos explica Kurz (1999), para a crítica da religião o fetiche era uma característica essencial das religiões ditas “primitivas”:

“Fundamentava-se nas observações de colonizadores portugueses na África e servia para designar uma crença que imagina em objetos mortos uma alma e forças sobrenaturais. Marx referiu esse conceito ironicamente à moderna sociedade produtora de mercadorias, que se sujeita a um fetichismo análogo na forma do dinheiro e de seu movimento de exploração em empresas (KURZ, 1999 p. 21).”

Em “O Capital” (1983), Marx nos dá o exemplo da fabricação de uma mesa para ilustrar o conceito: a forma da madeira é modificada quando se faz dela uma mesa, e mesmo assim ela continua sendo madeira, um objeto banal, inanimado; mas assim que ela é posta à venda no mercado, se transforma como que num ente metafísico. O caráter místico da mercadoria não provém, como podemos perceber, de seu valor de uso, e tampouco, do conteúdo das determinações de valor. Tal mistério consiste, para Marx, no fato de que ela reflete aos homens as características sociais do seu próprio trabalho como se fossem características objetivas dos produtos de trabalho, propriedades naturais sociais dessas coisas e, conseqüentemente, acaba refletindo a relação social dos trabalhadores com o trabalho total como uma relação social existente entre os objetos. “Aqui, os produtos do cérebro humano parecem dotados de vida própria, figuras autônomas, que mantêm relações entre si e com os homens. Assim, no mundo das mercadorias, acontece com os produtos da mão humana (MARX, 1983 p. 71).” Isso ele chama de fetichismo que adere aos produtos de trabalho, tão logo são produzidos como mercadorias, e por isso inseparável da produção de mercadorias.

Esse último aspecto é o mais importante, pois como Kurz (1999) coloca em sua interpretação, Marx não quer simplesmente ressaltar o fato de que a objetos em geral podem ser atribuídas forças sobrenaturais que nada tem a ver com sua existência natural, mas sim caracterizar um estado social em que a sociedade não tem consciência de si mesma. Neste estado de alienação, a sociedade não organiza

diretamente sua própria forma de socialização, mas a representa simbolicamente em um objeto externo, na mercadoria produzida e posta à venda. Os objetos ganham então um significado sobrenatural que não é idêntico a sua forma externa, mas que aparece através desta. Em virtude desse significado o objeto torna-se central, e apesar de sua banalidade material, adquire poder sobre todos os membros dessa sociedade.

Retomando Marx, o fetiche da mercadoria simplesmente encobre a forma como se organiza o trabalho social total na sociedade capitalista. O trabalho social total se refere ao conjunto dos trabalhos privados, uma vez que os produtores somente entram em contato social mediante a troca de seus produtos de trabalho, as características especificamente sociais de seus trabalhos privados só aparecem dentro dessa troca. A partir daí as relações sociais entre os produtores não são mais vistas como relações diretamente sociais entre pessoas em seus próprios trabalhos, mas como relações reificadas entre pessoas e relações sociais entre as coisas.

A forma mercadoria, assinala Marx, possui a estabilidade de formas naturais da vida social, de maneira que antes dos homens se darem conta sobre o caráter histórico dessas formas, eles as consideram imutáveis, eternas. Assim, apenas procedendo a análise dos preços das mercadorias podemos chegar a determinação da grandeza do valor, apenas uma expressão monetária comum das mercadorias é capaz de fixar seu caráter de valor. É exatamente essa forma acabada (a moeda, a forma do dinheiro) do mundo das mercadorias que mascara, ao invés de revelar, o caráter social dos trabalhos privados e, portanto, das relações sociais entre os produtores privados.

Mas isso está longe de significar que tais formas sejam inválidas, pelo contrário, pois tais formas constituem as categorias da economia burguesa. “São formas de pensamento válidas e, portanto, objetivas para as condições de produção desse modo social de produção, historicamente determinado, a produção de mercadorias (MARX, 1983 p. 73).” Marx aponta uma saída para a questão: uma vez comparado o sistema capitalista a outros modos de produção anteriores o caráter fantasmagórico da forma mercadoria desaparece, pois

ela passa a ser vista num contexto histórico, como produto de transformações sociais, obra dos próprios homens.

A teoria marxista permanece ainda hoje influenciando teóricos que se propõe a compreender a sociedade, e a questão do fetiche da mercadoria ainda ecoa em diversos trabalhos. Tendo Marx como inspiração, Jean Baudrillard em “*A Sociedade de Consumo*” (1995) coloca que a principal questão levantada pela produção em massa de mercadorias é a supressão do valor de uso original dos bens em detrimento do valor de troca, assim a mercadoria se autonomiza de tal forma na sociedade capitalista contemporânea que ela própria começa a produzir cultura⁴¹.

Ocorre desta forma uma mudança profunda na ordem sócio-cultural, o sistema biofuncional e bio-econômico de bens produzidos (baseado no nível biológico da necessidade e da subsistência) é substituído por um sistema sociológico de signos (um nível próprio ao consumo). Neste sistema, a função fundamental da circulação regulada de objetos e de bens é assegurar um tipo específico de comunicação. Tamanho o alcance dessa lógica, que para Baudrillard o consumo adquiriu o caráter de fato social total: “o que confere ao consumo o caráter de fato social total não é o que aparentemente lhe fica da natureza (a satisfação, o prazer), é o passo essencial pelo qual dela se separa (definindo-o como código e instituição, como sistema de organização) (BAUDRILLARD, 1995 p. 95).”

Para ele o consumismo (como define a contemporaneidade) é por excelência a era de uma alienação radical, pois a alienação da qual somos vítimas atualmente é mais profunda do que a percebida por Marx: não conseguimos mais escapar àquilo que nos escapou durante o processo de produção. Ao se alienar de nós, o produto de nosso trabalho não ingressa num circuito indiferente, ou entra num “mundo exterior” a cujo respeito ficaríamos livres, mas continua a dispor de nós, mesmo na esfera “privada”. Segundo o autor, tudo aquilo de que somos

⁴¹ Antes dele, Adorno e Horkheimer (1985) já haviam comentado que a dominância cada vez maior do valor de troca suprimiu o valor de uso original das coisas e o substituiu pelo valor de troca abstrato, mas a novidade da teoria de Baudrillard está na mercadoria como produtora de cultura.

desapossados permanece ligado a nós de modo negativo, nos assombrando feito um fantasma, um espectro a nos perseguir, nos amedrontando, numa espécie de vingança da própria alienação. Esse fantasma para Baudrillard é a força de trabalho que, mesmo depois de vendida, através de todo o ciclo social da mercadoria, volta para nos desapossar do sentido do trabalho, que depende em última instância agora do consumo. Assim a força de trabalho se transformou em um objeto materializado com o fruto do trabalho, a ela só nos é permitido acesso via consumo. O homem alienado não aparece apenas como homem diminuído, empobrecido, mas intacto na sua essência, “de se manifestar ainda como homem revirado e transformado em inimigo de si mesmo e revoltado contra si próprio (BAUDRILLARD, 1995 p. 204).”

Generalizou-se a tal ponto a lógica da mercadoria, que hoje ela regula não apenas os processos de trabalho e os produtos materiais, mas a cultura como um todo: desde a sexualidade, as relações humanas até mesmo as pulsões individuais. Em sua obra, declara que tudo foi absorvido por esta lógica, não apenas no sentido de que todas as funções, todas as necessidades se encontram objetivadas e manipuladas pelo lucro. Mas ainda num sentido mais profundo, de que tudo é espetacularizado, orquestrado em imagens, signos, modelos consumíveis. As relações passam a ser mediadas por estas imagens, como veremos a seguir.

4.1 – IMAGENS ESPETACULARES E A LÓGICA DO SIMULACRO

Como vimos, os bens e objetos produzidos constituem um sistema global, arbitrário e coerente de signos, sistema cultural que vem substituir o mundo contingente das necessidades e dos prazeres, a ordem natural e biológica, a ordem social de valores e de hierarquia. A dominância cada vez maior do valor de troca não apenas suprimiu o valor de uso original das coisas e o substituiu pelo valor de troca abstrato, mas também deixou a mercadoria livre para adquirir um valor de uso

secundário, o que levou Baudrillard a designá-la como “valor-signo”. Baudrillard desenvolveu uma teoria da mercadoria-signo, na qual mostrou como a mercadoria se transformou num signo, na acepção de Saussure, cujo significado é determinado arbitrariamente por sua posição num conjunto auto-referenciado de significantes. Lembrando Lévi-Strauss, Baudrillard afirma que assim como o sistema de parentesco não se funda, em última instância, na consangüinidade e na filiação, num dado natural, mas num arranjo arbitrário de classificação (ou seja, cultural), assim também o sistema de consumo não se baseia em última instância na necessidade e no prazer, mas num código de signos e diferenças.

Não devemos ignorar a existência de necessidades e da utilidade natural dos produtos, mas trata-se aqui de constatar que o consumo, enquanto consumo específico da sociedade contemporânea, não consiste nelas simplesmente. Mas devemos olhar para a especificidade de nossa época, o que faz ela tão particular, para Baudrillard é o fato de que sob o signo do consumo ocorre a reorganização generalizada de um nível primário do consumo em um sistema de signos que se revela como um dos modos específicos, senão o modo específico, de passagem da natureza à cultura em nossos dias. Isso o leva a afirmar: “a circulação, a compra, a venda, a apropriação de bens e de objetos/signos diferenciados constituem hoje a nossa linguagem e o nosso código, por cujo intermédio toda a sociedade comunica e fala (BAUDRILLARD, 1995 p. 80).”

A lógica intrínseca ao consumo se define como a manipulação de signos, os valores simbólicos de criação e a relação simbólica de interioridade hoje estão ausentes, prevalecendo toda a exterioridade. Além de desaparecer o sentido simbólico do produto, também desaparece seu estatuto antropomórfico milenar, tende a esgotarem-se ambos num discurso de conotações, relativas umas às outras no quadro de um sistema cultural totalitário, por ser capaz de integrar todas as significações, seja qual for a respectiva origem. O objeto perde sua finalidade objetiva e respectiva função, tornando-se o termo de uma combinação mais sofisticada de conjuntos de objetos, em que o seu valor é de relação.

A centralidade da manipulação comercial das imagens mediante a

publicidade, a mídia e as exposições, performances e espetáculos da trama urbanizada da vida diária, determina, portanto, uma constante reativação de desejos de consumo por meio de imagens. Assim a sociedade de consumo não deve ser vista apenas como a divulgadora de um materialismo dominante, pois ela também confronta as pessoas com imagens-sonho que falam de desejos e estetizam e fantasiam a realidade. Para Baudrillard, a concentração, a densidade, a extensão inconsútil e abrangente da produção de imagens na sociedade contemporânea nos empurra para uma sociedade qualitativamente nova, o mundo simulacional, na qual se aboliu a distinção entre realidade e imagem, estetizando-se a vida cotidiana.

Isso se deve à superprodução de signos, imagens e simulações, principalmente pela mídia, que saturam a vida cotidiana, levando a uma constante reativação dos desejos humanos por meio destes mesmos signos e imagens. Nesse processo o autor destaca o papel central da televisão, principal meio de comunicação da contemporaneidade, a ponto de afirmar que “a TV é o mundo”. Para Baudrillard⁴² nesse quadro em que o real e o imaginário se confundem a fascinação estética está por toda parte, de modo que “paira sobre tudo uma espécie de paródia não-intencional, de simulação técnica, de fama indefinível á qual se fixa um prazer estético” (FEATHERSTONE, 1995 p. 101). Até mesmo a arte deixou de ser uma realidade protegida e separada, ela ingressa na produção e reprodução, de modo que tudo, “mesmo que seja a realidade cotidiana e banal, é por isso mesmo classificado como arte e se torna estético” (idem).

Quando o mundo real se transforma em simples imagens, estas como que se transformam em seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. A vida social é tomada pelo espetáculo nesta perspectiva, com sua tendência a produzir uma visão de um mundo que já não se pode tocar diretamente, serve-se da visão como o sentido privilegiado da pessoa humana, sentido mais abstrato, e portanto, mais sujeito à mistificação, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual.

⁴² Na interpretação de Featherstone (1995).

Podemos assim perceber na televisão o resultado lógico de uma forma específica de sociedade, ou seja, do capitalismo plenamente desenvolvido, fordista e pós-fordista, como veio a existir depois da Primeira Guerra Mundial. Neste sentido, os autores que mais se aproximaram de elaborar uma síntese cultural de nossa sociedade foram os autores reunidos em torno da Escola de Frankfurt, principalmente Adorno e Horkheimer, em sua principal obra, "*A Dialética do Esclarecimento*" (1986). A principal função de uma cultura marcada pela transformação da cultura em mero produto, numa verdadeira Indústria Cultural, seria a de afirmar a validade universal dos valores das classes dominantes. Quanto aos dominados, deveriam permanecer surdos aos motivos de sua subserviência. Disto a sociedade sempre cuidou, alertas e concentrados, os trabalhadores têm que olhar para frente, para seu trabalho, e esquecer tudo mais que foi posto de lado. Para Adorno e Horkheimer, a função principal da "Indústria Cultural" consiste precisamente nisso: evitar por todos os meios que os trabalhadores deixem de ser surdos e ouvir, que possam "ouvir o inaudito com os próprios ouvidos", "tocar o intocado com as próprias mãos". O engodo da "Indústria Cultural", cujo poder lembra o da magia mítica, é duplo. Ela mantém as massas surdas, não as encoraja a recuperar a audição e reforça ainda mais essa enfermidade ao fazer acreditar que não problema nenhum, que todos escutam muito bem.

A continuidade e extensão entre o tempo da vida, do trabalho e do lazer, pretendida pela Indústria Cultural, alcança níveis inimagináveis. O objetivo de alienar o lazer dos trabalhadores, fazendo de suas horas-vagas uma extensão do seu tempo dentro da fábrica, e lhes permitindo suportar a dura rotina de trabalho, se adaptando ao sistema durante as horas ociosas. O conceito foi formulado após a experiência que os autores tiveram do cinema, em especial o norte-americano.

Quanto à televisão, suas possibilidades ilimitadas (inclusive de atingir um maior número de pessoas simultaneamente) possibilitam um maior empobrecimento da estética, a ponto da identidade oculta dos produtos da indústria cultural triunfar imediatamente. A harmonização da palavra, da imagem e da música atinge um êxito

perfeito, porque os elementos sensíveis são a princípio produzidos pelo mesmo processo técnico, e exprimem a unidade entre si como seu verdadeiro conteúdo. Esse processo de elaboração integra todos os elementos da produção, desde a concepção do romance até o último efeito sonoro do filme. Toda a cultura se transforma num grande espetáculo, eis o triunfo do capital investido.

A supremacia do espetáculo em nossa sociedade foi apontada por outros autores também, mas enquanto Adorno e Horkheimer falam da Indústria Cultural, Guy Debord fala da “*Sociedade do Espetáculo*” (1997). Em sua obra o espetáculo é visto como herdeiro de toda a fraqueza do projeto filosófico ocidental, marcado profundamente pelo modo de compreender a atividade dominado pelas categorias do ver (inevitável aqui uma menção a Platão). Para Debord, o espetáculo não é simplesmente um conjunto de imagens, “mas uma relação social entre pessoas, mediada pelas imagens (DEBORD, 1997 p. 14).” – nesse caso, é a imagem industrial que possui a qualidade do fetiche, e sintetiza o modo contemporâneo de alienação. A lógica que se impõem a partir da imagem fetiche seria: “o que aparece é bom; o que é bom aparece”; a ponto do reconhecimento social desses indivíduos desamparados depender inteiramente da visibilidade. Mas não se trata aqui da visibilidade produzida pela ação política, mas de uma visibilidade espetacular, que obedece a uma ordem na qual o único agente do espetáculo é ele mesmo.

O espetáculo em nossa sociedade corresponderia a uma fabricação concreta da alienação. A expansão econômica do capitalismo significando, sobretudo, a expansão de uma produção industrial específica. Portanto, o que cresce com a economia que se move por si mesma só pode ser a alienação que estava em seu núcleo original. “O mundo presente e ausente que o espetáculo faz ver é o mundo da mercadoria dominando tudo o que é vivido. E o mundo mercadoria é assim mostrado como ele é, pois seu movimento é idêntico ao afastamento dos homens entre si e em relação a tudo que produzem (DEBORD, 1997 p. 28).” O homem separado de seu produto produz, cada vez mais, todos os detalhes do mundo. Assim, vê-se cada vez mais separado do mundo que é produto de suas mãos.

Quanto mais a vida humana se torna seu produto, tanto mais o homem se separa da vida. A atual fase de acumulação do capital apontaria para a seguinte constatação: “o espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem (DEBORD, 1997 p. 25).” Ao dizer que tudo é espetáculo, Debord afirma que a cultura como um todo, da política à cultura, tende a produzir e reproduzir o mesmo indivíduo: isolado, massificado, em estado de completa impotência diante do mundo que, na verdade, é o resultado de suas ações. Indivíduo incapaz de qualquer outra ação senão olhar este mundo, portanto, ser um espectador do espetáculo. Justamente por isso, a televisão-espetáculo pode ser compreendida somente como produto de uma sociedade espetacular.

Se para Baudrillard, cópia e realidade são enfim indistinguíveis, não existindo mais uma realidade, um original, um significado (e talvez nunca tenha existido), Debord insiste numa possível diferenciação. A análise de Debord considera a invasão das cópias em detrimento do original, da aparência em detrimento da realidade, porque estes são danos reais infligidos à própria realidade. O predomínio da mercadoria e do espetáculo significa ao mesmo tempo o empobrecimento da vida vivida.

Mas Baudrillard afirma que não estamos mais na sociedade do espetáculo de que falavam Debord e os situacionistas⁴³, nem no tipo de alienação e repressão específicas que ela implicava. Em “*Simulacros e Simulação*” (1991), Baudrillard afirma que a televisão não cumpriria mais o mesmo papel que Debord identificava, a família Loud⁴⁴ no primeiro reality show já revelava que a televisão havia deixado de ser um médium⁴⁵ espetacular. Da mesma forma que se desfaz qualquer distinção entre imagem e realidade, desfaz-se qualquer distinção entre o meio e a mensagem. Não há mais o médium em seu sentido literal: “ele é doravante inapreensível, difuso e difractado

⁴³ Movimento político do qual Debord fazia parte nos anos 60, famoso pelas manifestações do maio de 1968 na França.

⁴⁴ An American Family, que conta a história da família Loud, visto no segundo capítulo.

⁴⁵ Preferi utilizar o termo no original de Baudrillard, médium seria o meio de comunicação, no caso a televisão.

no real e já nem sequer se pode dizer que este tenha sido, por isso, alterado (BAUDRILLARD, 1991 p. 44).”

O reality show promove uma inversão, “a partir de agora torna-se impossível fazer a famosa pergunta: “De onde se fala?” – “De onde o sabe?” “De onde recebe o poder?” sem ouvir imediatamente responder: “Mas é de vocês (é a partir de vocês que eu falo” – subentende-se, são vocês que falam, são vocês que sabem, são vocês o poder (BAUDRILLARD, 1991 p. 44).” Ainda mais no caso do formato “*Big Brother*”: ao espectador é dada a impressão de que ele é quem decide, como se fosse possível esquecer que as alternativas já são pré-determinadas por um roteiro previamente escrito, além da vontade dos participantes, que decidem quais os participantes vão à berlinda. Estamos novamente às voltas com a caverna de Platão, só que não existem mais diferenças entre os cativos da e o mundo exterior, todos estamos vivendo numa simulação.

A vida se dissolve diante de nossos olhos, na tela da televisão: somos todos Louds, somos todos “*brothers*”, votados não à irrupção, à pressão, à violência e à chantagem da mídia e dos modelos, mas à sua indução, à sua infiltração, à sua violência ilegível. De fato, todo esse processo não pode ser entendido por nós senão sob sua forma negativa: nada mais separa um pólo do outro, há uma espécie de esmagamento de um sobre o outro, de dissolução de um no outro dos dois pólos tradicionais: implosão de qualquer sentido. É aí que a simulação começa, e chegamos ao simulacro.

Em sua obra Baudrillard atualiza a categoria platônica de simulacro, afirmando que quando a distância entre o real e o imaginário é abolida, isto acontece em benefício do modelo. O autor nos apresenta um modelo perfeito do que seria o simulacro para ele: a Disneylândia. Na Disneylândia está presente em toda a parte, implicitamente, o perfil objetivo da América, todos seus valores primordiais são exaltados nas miniaturas (nas atrações temáticas, nos brinquedos mais banais). Sua trama ideológica, e a exaltação do *american way of life*, escondem algo mais: serve para esconder que ela é o país “real”, toda a América “real” já é a Disneylândia.

“Mas isto esconde uma outra coisa e esta trama “ideológica” serve ela própria de cobertura da uma simulação de terceira categoria: a Disneylândia existe para esconder

que é o país “real, toda a América “real” que é a Disneylândia (de certo modo como as prisões existem para esconder que é todo o social, na sua omnipresença banal, que é carceral). A Disneylândia é colocada como imaginário a fim de fazer crer que o resto é real, quando toda Los Angeles e a América que a rodeia já não são reais, mas do domínio do hiper-real e da simulação. Já não se trata de uma representação falsa da realidade (ideologia), trata-se de esconder que o real já não é o real e portanto salvaguardar o princípio de realidade (BAUDRILLARD, 1991 p. 21).”

Podemos ver o simulacro sendo reencenado em cores paranóicas no filme de Peter Weir, *The Truman Show* (1998): o personagem vivido por Jim Carey se descobre o protagonista de um show de televisão que tem como principal atração a sua vida, desde o dia de seu nascimento. A cidade cenográfica do filme é um paraíso californiano de consumo, no qual se espalham anúncios publicitários por todas as partes: desde os jornais que lê até os alimentos que consome. Tendo em vista o simulacro de Baudrillard, podemos conceber que o imaginário da Disneylândia e de “*Truman Show*” não é verdadeiro nem falso, mas sim uma máquina de dissuasão encenada para regenerar no plano oposto à ficção do real.

A obra de Baudrillard serviu como inspiração para os irmãos Wachowski na concepção de “*Matrix*”, porém eles não perceberam o fim das fronteiras entre o imaginário e o real. No filme eles mostram uma conspiração mundial com o propósito de mascarar a realidade, um projeto claramente ideológico no seu sentido mais conhecido, de inversão da realidade. Mas em Baudrillard podemos ler que a ideologia não corresponde senão a uma malversação da realidade pelos signos, enquanto a simulação corresponde a um curto-circuito da realidade e à sua reduplicação pelos signos. A finalidade da análise ideológica continua a ser a de restituir o processo objetivo, mas ele afirma que é sempre um falso problema querer reinserir a verdade sob o simulacro. Tanto que Baudrillard em entrevista à revista *Época* (2003) revela que vê em “*The Truman Show*” uma melhor interpretação de suas idéias, aqui as diferenças são mais sutis, a simulação é efetiva.

Em “*Telemorfose*” (2004), Baudrillard aproxima os reality shows da Disneylândia, considerando-os também modelos de simulacros. Os reality shows

nos passam a ilusão de que aquilo é um mundo externo, mas na verdade o seu pequeno cosmo é apenas um reflexo de nosso próprio mundo. A saudação feita por Morpheus em Matrix poderia muito bem ser apropriada por Pedro Bial no encontro com os “*brothers*” pós-eliminação: “*Bem-Vindos ao Deserto do Real!*”. Tanto dentro como fora da casa, todos somos como que “personagens” da mesma trama, a trama do simulacro: “Não é preciso entrar no duplo virtual da realidade, nós já estamos lá – o universo televisual é apenas um detalhe holográfico da realidade global. Até mesmo em nossa existência mais cotidiana, já estamos em situação de realidade experimental. E é daí que vem a fascinação, por imersão e por interatividade espontânea (BAUDRILLARD, 2004 p. 21).”

De certa maneira, ao vermos o programa como um simulacro, estamos contrariando as observações de Marcela: “Aqui não é a vida!” A semelhança entre o mundo exterior e o confinamento do programa seria a chave da identificação do público com os “*brothers*”, uma possível explicação para o sucesso do formato pelo mundo a fora. A categoria de simulacro é capaz inclusive de complementar outras análises feitas sobre o programa, que apontam para a similaridade entre as paixões que impulsionam as pessoas dentro e fora da casa do “*Big Brother*”.

Veremos aqui duas destas interpretações, primeiramente Maria Rita Kehl (2005): a autora coloca que se à primeira vista o desfile de corpos semi-nus à beira da piscina seria o chamariz do programa, um olhar mais atento é capaz de perceber que o sexo é muito menos determinante para a popularidade do “*Big Brother*” do que o clima de disputa que se instaura entre os “*brothers*”. “O que esquentou o programa foi a encenação – esta, sim, realista – da concorrência – esta, sim, perversa – característica do contexto mais selvagem do capitalismo selvagem a que estamos todos, atores e espectadores, submetidos (KEHL 2005 p. 172).” A gincana televisiva está mais para uma espécie de “topa-tudo por dinheiro”, com provas absolutamente subjetivas, do que para reality shows eróticos⁴⁶.

Em comparações a outros reality shows, não há provas que exijam habilidades específicas, como seu antecessor “No Limite”. As armas que contam na

⁴⁶ No segmento “reality show erótico” já vimos alguns exemplos no capítulo 2, no breve histórico dos realities.

casa do “*Big Brother*” são 100% “psicológicas”, promovendo assim uma mudança substancial no papel dos afetos: se na primeira metade do século passado os afetos ainda representavam um elemento instável, capaz perturbar a eficiência da sociedade industrial repressiva, atualmente, o afeto transformou-se na “força de trabalho” mais valiosa na sociedade regida pela imagem.

Nesse sentido o programa se revela para além de um laboratório comportamental, de vaidades e mesquinhas, somos levados a constatar após a leitura da autora que a concorrência predatória imperante nas sociedades capitalistas dominadas pela indústria da comunicação e da imagem é mais opressiva do que a de sua antecessora, que explorava a força braçal, o esforço, a dedicação ou a competência dos trabalhadores. No “*Big Brother*”, a indústria da imagem não libera os sujeitos da concorrência, mas estende seu alcance a todos os recantos da vida privada: a intimidade é controlada, vigiada, nada escapa às lentes do programa; a intimidade torna-se pública, até mesmo os raros contatos com a família são televisionados, o conteúdo de cartas e telefonemas é conhecido por todos os espectadores. Além de mais opressiva a concorrência é mais eficiente, pois se apóia justamente nos anseios de liberdade individual e na promessa de superação das necessidades básicas (no valioso prêmio para quem vencer a disputa).

Somos apresentados pelo programa a novos paradigmas culturais de nossa sociedade, que para a autora ajudariam a explicar o sucesso da atração: “A destruição da dimensão pública da vida humana, a privatização do sentido da vida e a consagração do homem subjetivo em lugar do homem político, como novo paradigma do melhor que nossa sociedade produziu, são os componentes secretos do sucesso desse tipo de programa (KEHL 2005 p. 173).” Por fim, ao se conceder o prêmio com base em critérios afetivos, inteiramente da dimensão do imaginário, revela-se a opressão a que estamos submetidos na contemporaneidade: uma vez que o espaço público é invadido pelas representações da vida privada, quem não quiser ser expulso do jogo tem que comprometer não apenas uma parcela de seu tempo de vida (como os trabalhadores comprometiam na análise marxista), mas sim todo o seu “ser” nessa alienação, em que a tirania do sentimentalismo

coletivo é que dita as normas para a “seleção de pessoal”. Inseridos na disputa, os participantes não se sentem constrangidos a conspirar, manipular, trair uns aos outros, e revela-se assim a verdadeira dimensão obscena do programa: “até que o mais esperto, que se apresente como mais amável para o público, ganhe a bolada prometida (KEHL 2005 p. 173).”

Outra interpretação possível também aponta para o âmbito do capitalismo contemporâneo: para Feldman (2005) a “inofensiva” atração de entretenimento do “*Big Brother*” naturaliza e tende a consolidar uma lógica própria às chamadas “leis de mercado”, o faz isso ao estimular novas formas de subjetivação e reforçar novos sistemas de valoração em consonância com uma pedagogia de mercado a curto prazo. A autora resgata uma referência já feita aqui a Gilles Deleuze⁴⁷ (2004), e possíveis analogias entre o ambiente de trabalho em uma empresa e o ambiente competitivo do “*Big Brother*”. Ela fala especificamente da quinta edição do programa⁴⁸, quando houve uma divisão dos participantes em dois grupos, e foram combinados votos em determinados participantes como estratégia comum. Interessante notar que justamente no momento de maior tensão entre os grupos Paulo André (que ficou conhecido como P.A.), técnico em informática, fez questão de afirmar: “Aqui é igual lá no emprego. Quem tá comigo sobe junto, quem não tá vai pra fora”. Nesse sentido, as provas de gincanas promovidas no programa podem ser facilmente vinculadas às dinâmicas seletivas de grandes companhias, por meio das quais os concorrentes ao emprego, ou à permanência na “casa”, são testados.

O programa é indiretamente conduzido nessa direção, qualquer atividade que pudesse levar os participantes a se distraírem e esquecerem da disputa era tolhida pela produção. O suposto “jogo” deve ser sua única preocupação, como revelou Buba, tanto que a brincadeira do “jogo do boco”, uma brincadeira infantil entre alguns participantes foi proibida, apesar de os seus praticantes terem ficado conhecidos pela sua prática, “o clube do boco”. A única função dos participantes ali deve ser a de manter a atenção totalmente voltada para a competição. Em certa

⁴⁷ No capítulo 1: Nos idos de 1984.

⁴⁸ Vista no capítulo 2: 2.1 – Os reality shows e sua história.

ocasião Zulu fez um tabuleiro com esparadrapo para jogar damas, usando como peças feijão e pedrinhas, e também foi repreendido:

“– Atenção senhor Zulu, vocês tem um criatividade incrível, é lindo de vê, mas é proibido qualquer tipo de jogo dentro da casa!

– Mas deixa eu só terminar.

– Nada de terminar jogo nenhum, desfaçam já esse negócio, senão vou tirar o esparadrapo da casa! (Entrevista, 13-04-06)”

A narrativa também é construída a partir dessa perspectiva, da expectativa pré e pós-paredão. A edição do programa também privilegia os complôs, explora as cisões no grupo, o “*Big Brother Brasil 4*” foi pródigo nesse sentido: na primeira semana a divisão das mulheres em dois grupos (a briga de Juliana e Tatiana); a seguir a “luta de classes” entre o grupo dos “super pobrinhos” e os “super riquinhos”; e mais adiante a guerra dos sexos (homens versus mulheres). Quando não haviam mais grupos distinguíveis, eram vistas as desavenças pessoais, como na animação “Fogo Cruzado”, na qual os participantes eram mostrados duelando como num faroeste: Marcelo x Solange; Rogério x Juliana; Zulu x Juliana; Cida x Zulu; Marcela x Thiago; cinco (Juliana, Marcela, Cida, Thiago, Solange) x Zulu.

As estratégias, artimanhas e conspirações no entanto não são “criações” do programa, mas sim traços da personalidade dos participantes. Na entrevista que concedeu para a realização da pesquisa, Zulu fez questão de deixar isso bem claro: “tem gente que justificou pelo dinheiro, mas faria isso em qualquer situação, de repente não tava valendo 500 mil, estaria valendo um carro, de repente estaria valendo uma vaga numa empresa, cada um faz o que acha válido (Entrevista 31/07/06).” Concebermos o formato “*Big Brother*” como um simulacro se refere justamente a isso: identificarmos no programa aspectos culturais encenados como se não passassem de meras tramas ficcionais, de modo a poupar a sociedade

de encarar sua verdadeira face. O programa inclusive promove uma espécie de situação confortável (tal como na Disneylândia): ao assistirmos as disputas amorais entre os “*brothers*” esquecemos que somos capazes de cometer as mesmas atitudes no nosso dia-a-dia, ou melhor, fingimos nos esquecer.

Por isso torna-se interessante o fato do programa promover as disputas como elementos “naturais” do cotidiano, quando às pessoas nada mais resta a fazer, elas se mostram como verdadeiramente são. Baudrillard percebeu muito bem essa dimensão nos reality shows:

“na hora em que a tevê e a mídia tornam-se cada vez menos capazes de dar conta dos acontecimentos (insuportáveis) do mundo, elas descobrem a vida cotidiana, a banalidade existencial como o acontecimento mais assassino, como a atualidade mais violenta, como o lugar mesmo do crime perfeito. E ela o é, com efeito. E as pessoas ficam ao mesmo tempo fascinadas e aterrorizadas pela indiferença do Nada-a-dizer, Nada-a-fazer, pela indiferença de sua própria existência (BAUDRILLARD, 2004 p. 22).”

4.2 – UMA VISÃO CÍNICA DA CULTURA CONTEMPORÂNEA

A sociedade como um todo desta forma é elevada a um estágio paródico de uma farsa integral, como afirma Baudrillard, que proporciona um retorno-imagem implacável sobre a sua própria realidade. O “*Big Brother*” pode ser visto como um simulacro da cultura contemporânea. Aqui o programa se revela um simulacro inclusive de processo democrático, no “*Big Brother*” os espectadores crêem possuir o poder de controlar o destino dos “*brothers*”, porém somente o fazem numa margem muito pequena, vejamos: primeiramente a produção do programa define critérios de voto, alguns estão imunes, e depois os próprios participantes definem quem vai para o paredão, somente aí é que o público participa.

Como afirmou Zulu em sua entrevista, se o participante tiver um bom convívio com os demais dentro da casa ele pode ir até o final do programa, sem que necessariamente seja um concorrente forte, tanto que muitos dos participantes que

chegam ao final são eliminados com altos índices de rejeição. Pensando melhor essa comparação uma pergunta nos vem à mente: qual a diferença do programa para o processo eleitoral das democracias representativas, nas quais os partidos definem previamente os candidatos passíveis de serem votados nos pleitos eleitorais?

A mesma eficiência do simulacro do programa pode ser assim vista no processo democrático, além de ser um velho estratagema bem conhecido daqueles que visam se manter no poder, como atesta Baudrillard (1991):

“Este simulacro de inversão ou de involução dos pólos, este subterfúgio genial é o segredo de todo o discurso da manipulação e portanto, hoje em dia, em todos os domínios, o segredo de todo o novo poder, no apagamento da cena do poder, na assunção de todas as palavras de que resultou esta fantástica maioria silenciosa que é a característica do nosso tempo – tudo isto começou certamente na esfera política com o simulacro democrático, isto é, a substituição da instância de Deus pela instância do povo como fonte do poder e do poder como emanção pelo poder como representação. (...) É com esta magnífica reciclagem que começa a instalar-se, desde o cenário do sufrágio de massas até aos fantasmas atuais das sondagens, o simulacro universal da manipulação (BAUDRILLARD, 1991 p.44).”

Eis o segredo de todo o poder que procura se estabelecer: o apagamento da própria cena do poder, pois quanto mais ele se mostra ausente é que ele se revela mais forte, sendo exercido com o consentimento dos dominados. As análises de Baudrillard conduzem a um ponto de inércia, se tudo é do domínio da simulação então nada mais é real, a caverna de Platão se realiza de forma inusitada, e somos todos prisioneiros.

Na tentativa de encontrarmos uma saída para esse impasse poderíamos nos lembrar mais uma vez de Maria Rita Kehl (2005), para ela ao assistir o programa o que o público está pedindo é apenas para se iludir melhor. Na verdade os reality shows se revelam a forma mais eficiente de ilusão que a cultura de massas já produziu: vendem aos espectadores o espelho de sua vida mesquinha sob a égide

das “leis de mercado”. “Vendem a imagem da selva em que a concorrência transforma as relações humanas. Só que elevados ao estatuto de espetáculo (KEHL 2005, p. 171).” Mas na análise de Maria Rita Kehl está ausente um elemento que dá conta do comportamento de participantes e espectadores, a razão cínica.

A razão cínica exercida pelos “*brothers*” desmascara qualquer possível ilusão, todos sabemos que nossa participação na vida pública contemporânea é pífia, portanto a fazemos com vistas a tirar o maior proveito possível. Já vimos que não se trata mais de uma questão ideológica, em circunstâncias ao mesmo tempo confortáveis e miseráveis, esta consciência já não é afetada por qualquer crítica da ideologia, sua falsidade está reflexivamente resguardada. A participação no programa não é apenas desejada, mas até mesmo invejada pelo público fiel.

A tradição que melhor tratou do tema da ideologia foi a marxista, nela a ideologia aparece num espaço entre a mentira (considerada a vontade de enganar o outro) e o erro (um equívoco mecânico que não chega a comprometer a boa fé do sujeito que é engando). Conforme nos mostra Goldenberg (1997), a ideologia aparece como um erro obstinado, um desejo de enganar-se, um sonho consentido. A tarefa da crítica da ideologia para os marxistas pode ser definida nos seguintes termos: “consistiria em revelar a ilusão por trás daquilo que parece a realidade objetiva; mostrar que nada tem de objetivo e que é a interpretação singular de uma classe ou de uma pessoa que passa como verdade universal (GOLDBERG, 1997 p. 254).” Não é a toa que Marx declarava “*as idéias de determinada época são as idéias de sua classe dominante*”.

Marx ainda se permitia parafrasear o Cristo, “Perdoa-lhes, pois não sabem o que fazem”. Em Cristo, os pecadores, em Marx os proletários, mas ambos estavam preocupados com aqueles que deveriam ser esclarecidos acerca das determinações reais de sua dominação. Marx estava particularmente preocupado em desvelar os verdadeiros pressupostos da ideologia burguesa que levavam os proletários a sustenta-la como própria, que ocultavam seu real status social, seu papel como sujeito revolucionário.

Mas ainda segundo a leitura de Goldenberg, o conceito de ideologia

marxista comporta uma espécie de ingenuidade constitutiva: “o desconhecimento dos pressupostos que orientam nossas convicções; a divergência entre a realidade social e a nossa representação dela; em termos de Marx, nossa *falsa consciência* dela (GOLDENBERG, 1997 p. 255).” Um trabalhador pode muito bem acreditar na ficção do livre mercado de trabalho, parte integrante do mito das liberdades democráticas Ocidentais. Uma crítica desse mito deveria por sua vez demonstrar que a crença na livre escolha oculta que o operário não pode deixar de escolher sem morrer de fome; portanto, esta é uma escolha forçada. A finalidade de uma crítica da ideologia seria assim resolver a ideologia criticada, para além de informar e constatar o real estado das coisas. Para Marx, se trata menos de saber que de fazer, a emancipação é o objetivo pretendido pela crítica.

Tal concepção de ideologia sofre uma reviravolta quando introduzimos o conceito da razão cínica. Uma vez que o cínico conhece muito bem a diferença entre a representação ideológica da realidade social e a própria realidade, disso tira proveito, insistindo em manter a mistificação e o estado das coisas. Sloterdijk faz um acréscimo às palavras do Cristo, “eles sabem perfeitamente o que fazem, mas ainda assim continuam a fazer” (MENDONÇA, 1999). Não existem mais inocentes, estamos cientes do interesse particular por trás da universalidade ideológica, mas encontramos razões suficientes para mantê-la e legitimá-la. Se os proletários aprenderam ou não com Marx, esta não é a questão, mas sim a moral do próprio capitalista, daquele que se reconhece capitalista no bolso e socialista no coração⁴⁹. Tampouco se trata de imoralidade, o cinismo na verdade coloca a moralidade mesma a serviço da imoralidade, e o cúmulo da razão cínica é mostrar a integridade, a probidade como a forma suprema de desonestidade. O cínico pode muito bem manter um horizonte à vista, e justificar seus atos como necessários para atingi-lo: é um trabalho sujo mas alguém tem que fazê-lo!

A razão cínica se pretende absoluta, de saída rejeita uma confrontação com a leitura da crítica da ideologia, pois inclui esta leitura por antecipação. Isto é o

⁴⁹ Numa paráfrase à Goldenberg (1997).

que Goldenberg (1997) mostra com o exemplo dos campos de concentração nazistas, pois segundo ele teria sido inútil fazer a crítica ideológica do lema escrito às portas de Auschwitz: “*O trabalho liberta*”: “Será mesmo que alguém deixava de saber que esse alto princípio universal não se aplicava aos prisioneiros do campo de concentração? Podemos denominar cínico a este discurso que diz a verdade (quem duvidaria que o lema é verdadeiro?) para ocultar melhor com ela a significação contrária dos atos do agente desse discurso (GOLDENBERG, 1997 p. 256).” O cinismo se revela como a antítese de seu próprio idealismo: ao mesmo tempo ideologia e máscara com que esta se disfarça.

Em sua obra, Sloterdijk ilustra a razão cínica com o exemplo da URSS (MENDONÇA, 1999): o stalinismo, e sua "moral política" de conveniência, onde se fazia uso de uma ideologia dita humanista, reformadora e libertária para, de fato, se praticar a tirania, o terror e a repressão. Os crimes foram considerados gravíssimos, embora do ponto de vista da ideologia oficial, do Partido Comunista Soviético, estes atos de terror tivessem sido praticados em nome dos ideais revolucionários.

Nossos “*brothers*” pesam numa balança tudo que podem ganhar ou perder no programa, e avaliam que o prêmio compensa tudo, as saudades e as intrigas desenvolvidas. Não que assim o seja para todos, Buba mesmo confessou que para ele não foi a boa a participação no programa, mas aqui estamos tratando do comportamento esperado, ou melhor dizendo, exigido, uma vez que todos compactuam com a máxima implícita “*o dinheiro vale tudo!*”. Ninguém mais acredita numa salvação universal, o ceticismo leva a outra máxima: “*do salve-se quem puder!*”.

Pensando num paralelo com a esfera política, Goldenberg assinala que a opinião pública demonstra o mesmo ceticismo ao receber denúncias de grandes esquemas de corrupção sempre da mesma forma, “*vai tudo terminar em pizza*”. Assim se afirma menos a falta de fé nas instituições do que a esperança de que tudo termine em pizza mesmo; para poder-se continuar a fruir a transgressão dos envolvidos, um elogio ao conformismo e ao *status quo*. Enquanto os políticos seguem cometendo seus delitos, os civis também sentem-se livres para continuar

sua conduta igualmente corrupta no seu dia-a-dia, do trânsito ao local de trabalho. Por isso é inócua qualquer denúncia que vise evitar a reeleição dos acusados; porque é precisamente por terem demonstrado que é possível livrar-se da lei impunemente, que são votados para continuar.

Ano passado o país foi sacudido por um dos maiores esquemas de corrupção de sua história, desencadeado graças a um vídeo no qual o diretor dos correios Maurício Marinho foi flagrado recebendo três mil reais de propina. Ocupando cargo comissionado na estatal, as primeiras investigações apontavam para aquele que o indicou, no caso o partido presidido até então por um dos homens de confiança do governo, o PTB de Roberto Jefferson. O deputado carioca foi transformado imediatamente em “homem-bomba” pela imprensa, e o país acompanhou suas denúncias num tom de reality show em padarias, bares, escolas, esperando para ver quem seria “eliminado”, ou cassado. Ao se defender das acusações de corrupção Jefferson passou ao papel de acusador, denunciando deputados do PL e do PP por receberem uma “mesada”, que depois ficou conhecida como “mensalão”, de 30 mil reais por cabeça para garantir a permanência na base aliada.

Apenas um detalhe: o delator não tinha nenhuma prova daquilo que dizia, era simplesmente sua palavra contra a dos acusados, mas novos fatos foram aparecendo, que revelavam indícios de um esquema envolvendo desde os mais altos cargos do governo até a cúpula do Partido dos Trabalhadores. E a começar pelo ministro chefe da Casa Civil José Dirceu, os acusados foram caindo, sempre alegando sua inocência. Mas passado quase um ano do início da crise, apenas José Dirceu, Roberto Jefferson e o deputado Pedro Corrêa foram cassados. Levados ao plenário da câmara, dez deputados foram absolvidos pelos seu pares, mesmo alguns tendo confessado o crime eleitoral de caixa dois, e quatro renunciaram planejando voltar nas eleições de 2006. Tudo parece ter voltado ao normal, e o bom desempenho do Presidente Lula nas pesquisas eleitorais apenas confirma o prognóstico, *“tudo terminou em pizza”*. Entre mortos e feridos salvam-se todos,

sejam políticos corruptos ou os confinados na casa do “*Big Brother Brasil*”, afinal de contas, não somos mais inocentes ou prisioneiros numa caverna, nós mesmos construímos nossa própria realidade, apenas não assumimos a responsabilidade por nossos atos. Ou melhor dizendo, assumimos sim, mas de uma forma cínica.

CONCLUSÃO – UM CONVITE AO CINISMO

Sejamos cínicos também! Resgatando o sentido inicial do termo, ainda com a escola filosófica grega de Diógenes. Esta pregava o desapego aos bens materiais (casa, belas roupas, riquezas) como forma dos cínicos se dedicarem àquilo que consideravam fundamental, a busca pela virtude. A situação de não dever nada a ninguém, de não estar apegado a nada era uma condição para que o filósofo pudesse falar o que bem entendesse, sem restrições ou censuras. Em protesto às convenções e normas sociais obedecidas por todos automaticamente, cultivavam com empenho a arte de ser desagradável. Declaravam as convenções inúteis e desnecessárias à vida verdadeira e, por esta razão, transgrediam suas regras sem culpa ou lamentação. Reconheciam e atacavam também um certo tipo de erudição que só tornava a vida mais pesada, o que não quer dizer mais profunda.

A grande meta do cínico era viver o discurso segundo eles verdadeiro, ou seja, constituir uma ética do indivíduo que colaborasse na transformação do dizer verdadeiro em uma atividade, numa prática de vida. Procuravam transformar de forma bruta e por vezes até agressiva, as verdades conhecidas por muitos em ação efetiva. Esse desafio ético visava incorporar as verdades recebidas pela tradição e reinventadas pela imaginação e pela meditação.

O Cinismo concebido nestes moldes é indissociável da relação entre o sujeito e a verdade estabelecida pela filosofia grega na época clássica. Para os gregos, a legitimidade e a validade de uma opinião se manifestavam na correspondência visível que se estabelecia entre o dizer e o fazer, a teoria e a prática. É por esta razão que o acesso à verdade exigia uma transformação do sujeito, uma espécie de provação e elevação moral, já que o que comprovava a veracidade de um discurso não era a sua coerência argumentativa, mas sua verificação na prática. Assim sendo a verdade surgiria da correspondência entre a fala do sujeito e sua conduta. O Cínico da antiguidade era o protótipo do desprezo nos dois sentidos do termo, ativo e passivo. Era um gênio em exprimir desdém, e, ao

mesmo tempo, era o modelo de todo ser desprezível.

Mas o pensamento moderno alterou radicalmente a maneira de avaliar o discurso verdadeiro, como demonstra Goldenberg (1997). Não encontraremos nada em comum entre o discurso de Diógenes, que depende do discurso dominante para existir como tal (pois seu intuito é subverte-lo), e o moderno discurso cínico, fechado em si próprio, que não responde a nenhum outro e não depende do desejo de ninguém. Se retomarmos Nietzsche, veremos que antes dele nenhum filósofo tinha ousado contestar a verdade como um valor em si, a verdade era tida até então como um bem supremo em toda evidência. Nietzsche foi o primeiro a declarar que desejar a verdade precisava de uma justificativa, não seria uma tendência natural do espírito a busca da Verdade. O que o levou a concluir que a vontade de Verdade é antes de mais nada vontade de poder. Com Nietzsche portanto se inicia a passagem do Cinismo (*Kynismus*) para o cinismo (*Zynismus*).

A razão cínica se opõe ao discurso cínico de Diógenes, que seria um cinismo positivo, um ato libertário, aquela apropriação cínica que as pessoas que estão em desacordo com determinada ordem social fariam da ideologia oficial. Um exemplo de Cinismo que segue a tradição grega seria a obra de Machado de Assis, grande crítico do 2º Império, o autor foi criticado justamente por isto pelos adeptos de uma ideologia pretensamente progressista, que era a ideologia abolicionista e republicana que, contudo, terminou rompendo o pacto de poder no Império e transformando os seus acólitos em burocratas da República do "Café com Leite", que instalou o poder agropecuário que ficou conhecido posteriormente como "República Velha brasileira".

Em suas crônicas não vemos diferenças substanciais, do ponto de vista do excluído, entre as oligarquias da República e as do Império, já que isto tudo não passava de uma troca de poder entre as elites e ele exemplifica isto com o seguinte episódio de "Esaú e Jacó": o português dono de uma padaria no Largo do Machado, chamada de "A Imperial" muda o nome do estabelecimento para "A República", após a proclamação, ato ironizado pelo diplomata Aires, "tanto faz, é tudo a mesma

coisa!”. Assim Machado de Assis faz uso de uma paródia que muito bem poderia ter sido utilizada por Diógenes, a ironia corrosiva de quem é despojado do poder. Isto quer dizer que a passagem do Império para República, do ponto de vista do português da padaria e de seus clientes, era apenas uma questão de letreiro. Machado se recusou a aceitar tanto a ideologia oficial como a nova ideologia como verdades, antes percebeu que, do ponto de vista da maior parte da população trava-se simplesmente de uma mudança de rótulo, de uma mudança no pacto de poder próprio da elite. Saía a oligarquia imperial e entrava em cena a República do "Café com Leite" também oligárquica.

Um esforço nesse sentido era o intuito deste trabalho quando de seu início, dois anos atrás: demonstrar como a cultura contemporânea está impregnada por uma tendência opressiva; visível não somente no projeto de poder existente (a democracia Ocidental dos países “livres”) mas também na produção cultural (por isso a escolha por um programa televisivo de abrangência mundial). Logicamente que não estamos apontando para um quadro a lá 1984, da mesma forma como categorias clássicas do pensamento social já não dão conta de compreender a contemporaneidade sem que sejam reeleitas à luz da conjuntura atual.

Não que estejamos abdicando da elaboração de uma teoria crítica, ou de um potencial emancipatório da sociologia. Pelo contrário, a posição tomada aqui se aproxima da defendida por Bauman (2001): as perspectivas para uma teoria crítica não estão amarradas às formas de vida hoje em recuo da mesma maneira que a autoconsciência dos críticos está amarrada às formas, habilidades e programas desenvolvidos no curso do enfrentamento com elas. Espero que o quadro pintado por este trabalho aponte para uma nova agenda pública de emancipação ainda à espera de ser ocupada pela teoria crítica. Em Bauman, “essa nova agenda surge do hiato previamente discutido entre a individualidade de jure e de facto, ou entre a “liberdade negativa” legalmente imposta e a ausente “liberdade positiva”, isto é, a genuína potência da auto-afirmação” (BAUMAN, 2001 p. 59).

Em nossos dias, os principais obstáculos que devem ser enfrentados são as crescentes dificuldades em traduzir os problemas privados em questões

públicas⁵⁰, em condensar problemas intrinsecamente privados em interesses públicos que são maiores que a soma de seus ingredientes individuais, de recoletivizar as utopias privatizadas. Ai o trabalho do sociólogo se aproxima do poeta na comparação feita por Bauman, pois se para o poeta “escrever significa para o poeta romper a muralha atrás da qual se esconde alguma coisa que ‘sempre esteve lá”, o sociólogo deve se aproximar tanto quanto os poetas das possibilidades humanas ainda ocultas; e perfurar as muralhas do óbvio e do evidente, da moda ideológica do dia cuja trivialidade é tomada como prova de seu sentido.

Para cumprirmos nossa missão, sociólogos e poetas, devemos nos recusar a aceitar facilmente as verdades conhecidas de antemão e freqüentemente usadas, consideradas já “óbvias” porque trazidas à superfície e ai deixadas a flutuar. Mais uma vez, o trabalho do pensamento critico é trazer à luz muitos obstáculos que se colocam no caminho da emancipação humana, verdadeiras “muralhas” do óbvio. “Demolir tais muralhas é vocação tanto do sociólogo quanto do poeta, e pela mesma razão: o emparedamento das possibilidades desvirtua o potencial humano ao mesmo tempo em que obstrui a revelação de seu blefe (BAUMAN, 2001 p. 232).”

⁵⁰ Fato intimamente ligado ao caráter burguês da esfera pública, como vimos.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO, T. ; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1986.

ARENDT, H. **A Condição Humana**. 10 ed. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 2001.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulação**. Lisboa, Portugal: Relógio d'Água, 1991.

_____. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1995.

_____. **Banalidade Mortífera**. Caderno Mais! Folha de São Paulo. São Paulo: 10/06/2001.

_____. **TELEMORFOSE**. Rio de Janeiro, RJ: Mauad, 2004.

BAUMAN, Z. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 2001

BENJAMIN, W. O narrador – Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994.

_____. Experiência e Pobreza. In: **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994.

BENTES, I. **Guerrilha de Sofá**. Caderno Mais! Folha de São Paulo. São Paulo: 31/01/2002.

BORDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 1997.

BUCCI, E. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo, SP: Boitempo, 1996.

BUCCI, E. **Videologias**. São Paulo, SP: Boitempo, 2004.

COSTA, J.F. Narcisismo em tempos sombrios. 1988. In: <http://www.jfreirecosta.com/>

_____. **Diversão ou Desatino**. Caderno Mais! Folha de São Paulo. São Paulo: 31/03/2002.

_____. **O Vestígio e a Aura; Corpo e Consumismo na Moral do Espetáculo**. Rio de Janeiro, RJ: Garamond, 2004.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro, RJ: Contraponto, 1997.

DELEUZE, G. **Conversações**. São Paulo, SP: Editora 34, 4ª edição, 2004.

DURANT, W. **A História da filosofia**. São Paulo, SP: Nova Cultural, 2000.

ELIOT, T.S. **Poemas**. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1981.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de Consumo e Pós-modernismo**. São Paulo, SP: Studio Nobel, 1995.

FELDMAN, I. "Big Brother" prepara a sociedade de controle. In: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2537,1.shl>

FOLHA DE SÃO PAULO. **Indústria cultural crescerá mais que economia mundial**. Folha Ilustrada. São Paulo: 11/07/04.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Jovens são os novos astros de "reality shows" nos EUA**. Folha Ilustrada. São Paulo: 03/10/04.

_____. **Fábrica da fama, BBB não garante carreira**. Folha Ilustrada. São Paulo: 27/03/05.

FOUCAULT, M. **Vigiar e Punir**. 5 ed. Petrópolis, RJ: 1999.

FREITAG, B. **Teoria Crítica Ontem e Hoje**. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994.

GAGNEBIN, J. **História e narração em W. Benjamin**. São Paulo: Perspectiva: FAPESP: Campinas, SP: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2ª edição revista, 1999.

_____. **Resistir às sereias**. Revista Cult nº 72, 2003.

GOLDENBERG, R. O Cão. In: **Goza! Capitalismo, globalização e psicanálise**. Salvador, BA: Ágalura, 1997.

HABERMAS, J. **Mudança Estrutural da Esfera Pública**. Rio de Janeiro, RJ: Tempo Brasileiro, 1984.

HAMBURGUER, E. Diluindo Fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In:

HARA, T. **Estilo de vida e a verdade: o exercício ético do hipócrita e do cínico**. Revista VERVE nº 8, ano 2005.

JAPPE, A. O reino da contemplação passiva. In: Novaes, A. (org.) **Muito além do espetáculo**. São Paulo, SP: Editora Senac, 2005.

JAMESON, F. **Pós-modernismo: A Lógica Cultural do Capitalismo Tardio**. São Paulo, SP: Ática, 2ed. 2002.

KEHL, M. O espetáculo como meio de subjetivação In: Bucci, E. (org.) **Videologias**. São Paulo, SP: Boitempo, 2004.

KEHL, M. Três observações sobre os reality shows. In: Bucci, E. (org.) **Videologias**. São Paulo, SP: Boitempo, 2004a.

KURZ, R. **O Colapso da modernização: da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial.** São Paulo, SP: Paz e Terra, 5ª ed. 1999.

KURZ, R. **Parábolas do meio-irmão.** Caderno Mais! Folha de São Paulo, São Paulo: 01/06/2003.

LIPOVETSKY, G. **A Era do Vazio.** Lisboa, Portugal: Relógio d'Água, 1983.

MARCONDES, C. **A devoração da telinha.** Caderno Mais! Folha de São Paulo. São Paulo: 31/01/2002.

MARX, K. **O Capital – Crítica da Economia Política, Vol. I.** São Paulo, SP: Abril Cultural, 1983.

MENDONÇA, A. S. **Identificação imaginária e razão cínica.** In: www.riototal.com.br/coojornal/antoniosergio004.htm

MILLS, C.W. **A Elite no Poder.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar Ed. 1962.

MIRANDA, R. ; PEREIRA, C. A. **Televisão – As imagens e os sons: no ar, o Brasil.** São Paulo, SP: Brasiliense, 1983.

MORIN, E. **Cultura de Massas no Século XX.** (O Espírito do Tempo). 3 ed. Rio de Janeiro, RJ: Forense Universitária, 1975.

NIETZSCHE, F. **Além do bem e do mal ou Prelúdio de uma filosofia do futuro.** Curitiba, PR: Hemus, 2001.

ORWELL, G. **1984.** São Paulo, SP: Companhia Editora Nacional, 1979.

PLATÃO. **A República.** Coleção: Os Pensadores. São Paulo, SP: Editora Nova Cultural, 2000.

PYNCHON, T. **Rumo a 1984**. Caderno Mais! Folha de São Paulo, São Paulo: 01/06/2003.

REVISTA ÉPOCA. **Brother Kleber**. Rio de Janeiro: 08/04/02.

SENNETT, R. **O Declínio do Homem Público: as tiranias da intimidade**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 1988.

TEIXEIRA, L. B. Entrevista 13/04/06. Programa de pós-graduação do Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Não publicado.

_____. Entrevista 31/07/06. Programa de pós-graduação do Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Não publicado.

_____. Entrevista 27/08/06. Programa de pós-graduação do Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Não publicado.

ZIZEK, S. Bem-vindo ao deserto do real. São Paulo, SP: Boitempo, 2003.

Livros Grátis

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

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

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

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

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