



# Duas variantes da representação do real na cultura midiática: o exorbitante *Big Brother Brasil* e o circunspeto *Edifício Master*<sup>1</sup>

*Fernando Andacht\**

O artigo tem por objetivo descrever um fenômeno marcante na cultura midiática atual: a representação do real na televisão e no cinema. Através da comparação entre dois gêneros audiovisuais que se ocupam do real na mídia, no documentário *Edifício Master*, de Eduardo Coutinho, e no programa televisivo *Big Brother Brasil*, procura-se compreender qual é a significação cultural destas manifestações estéticas tão diferentes que compartilham, porém, do uso hegemônico de signos indiciais, como sua estratégia específica. Sem minimizar as notórias diferenças estéticas e éticas entre o *reality show* da multinacional Endemol e o elogiado filme brasileiro, o artigo considera uma tendência central na atual cultura das mídias, qual seja: o desenvolvimento tecnológico e artístico de uma ilusória intimidade a distância como forma de refletir sobre a identidade. O funcionamento do *reality show* procura exorbitar a normalidade dos participantes num lugar anômalo; o documentário, entretanto, tenta oferecer uma visão circunspecta e moral do mundo cotidiano lá onde a vida acontece.

Representação do real, *reality show*, documentário, índices.

---

\* Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre. ([andacht@superig.com.br](mailto:andacht@superig.com.br))

The text aims at describing a remarkable phenomenon in our present day media culture: the representation of the real in television and cinema. Through the comparison between two audiovisual genres which deal with the real in the media, the *Edifício Master* documentary, directed by Eduardo Coutinho, and the *Big Brother Brasil* television program, the aim is to understand the cultural signification of two very different esthetic products that, nevertheless, share the dominant use of indexical signs, as their specific strategy. Without trying to minimize the obvious esthetic and ethic differences that exist between the *reality show* of the multinational company Endemol and the highly acclaimed Brazilian film, the article considers a fundamental tendency in present day media culture, namely, the technological and artistic production of an illusory intimacy at a distance, as a way of reflecting on identity. The functioning of the *reality show* aims at wrenching out of its orbit the normality of its participants, who must dwell in an abnormal place; the documentary, on the other hand, aims at offering a circumspect and moral vision of our everyday world, there where life takes place.

Representation of the real, *reality show*, documentary, indexes.

Le but de cet article c'est de faire la description d'un phénomène tout frappant de notre actuelle culture médiatique: la représentation du réel à la télévision et au cinéma. À travers la comparaison entre deux genres audiovisuels qui s'occupent du réel aux médias, le documentaire *Edifício Master*, de Eduardo Coutinho, et le programme télévisuel *Big Brother Brasil*, on essaie de comprendre la signification culturelle de ces productions esthétiques si différentes qui, cependant, partagent l'utilisation hégémonique de signes indiciels, comme leur stratégie spécifique. Sans tenter minimiser les évidentes différences esthétiques et éthiques entre le *reality show* de l'entreprise multinational Endemol et le très apprécié film brésilien, le texte aborde une tendance fondamentale dans la présente culture des médias: la production technologique et artistique d'une illusoire intimité à distance, comme une forme de réfléchir sur l'identité. Le fonctionnement du *reality show* procure déformer au maximum la normalité des participants, qui doivent habiter dans un endroit anormal; et pourtant, le documentaire, essaie d'offrir une vision circonspecte et moral du monde quotidien, là où la vie se passe.

Representation du réel, *reality show*, documentaire, indices.

El artículo tiene como objetivo describir un fenómeno notorio en la actual cultura mediática: la representación de lo real en la televisión y el cine. A través de la comparación entre dos géneros audiovisuales que se ocupan de lo real en los medios masivos, del documental *Edifício Master*, de Eduardo Coutinho, y del programa televisivo *Big Brother Brasil*, se intentará comprender cuál es la significación cultural de estas manifestaciones estéticas tan diferentes que, sin embargo, comparten el uso dominante de signos indiciales, como su estrategia

específica. Sin pretender minimizar las notorias diferencias estéticas y éticas entre el *reality show* de la empresa multinacional Endemol y el elogiado film brasileño, el artículo considera una tendencia fundamental en la actual cultura de los medios de comunicación, a saber, la producción tecnológica y artística de una ilusoria intimidad a distancia como una forma de reflexionar sobre la identidad. El funcionamiento del *reality show* busca exacerbar la normalidad de los participantes, que deben vivir en un lugar anómalo; el documental, por su parte, intenta ofrecer una visión circunspecta y moral del mundo cotidiano, allí mismo donde la vida tiene lugar.

Representación de lo real, *reality show*, documental, índices.

## Introdução: uma analogia inusual

A proposta de comparar dois gêneros tão diferentes como o *reality show Big Brother Brasil* (BBB de aqui por diante) e o documentário *Edifício Master* (Brasil, 2002: EM), de E. Coutinho parece uma heresia. Não é difícil imaginar uma abordagem que considere estes dois formatos audiovisuais como inconciliáveis: um é típico da procura irrestrita do lucro, o que confirmaria as mais funestas profecias da Escola de Frankfurt, enquanto o outro é um exemplo da honestidade e do esforço para ser fiel a si próprio numa comprometida escolha estética e vital. Porém o propósito da comparação não é a provocação. Procura-se compreender os efeitos de uma estratégia de significação central na atual cultura das mídias. As duas produções são variantes da representação do real, porque baseiam-se no **chamamento indicial** ou *index appeal*. Dita noção é o resultado da análise comparativa do gênero *reality show* da multinacional Endemol em duas regiões de América Latina<sup>2</sup>. Tenta-se agora usar esse conceito para o estudo de outro gênero, a fim de aprofundar a compreensão das estratégias de representação do real na cultura.

Num texto chave sobre a sociologia da cultura, Williams (1981:119) adverte sobre dois perigos simétricos no estudo da cultura da mídia: um excesso de atenção nas estruturas sociais faz surgir a pergunta "onde fica a arte?" e, se ignoramos o social, esquecemos que as categorias artísticas não podem ser compreendidas fora dos processos coletivos nos quais elas surgem. Reunir *BBB* e *EM* neste texto permite compreender melhor uma tendência cultural inseparável das tecnologias da representação audiovisual do real. Essa tendência se relaciona com uma crescente preocupação coletiva com o *self* – esse efeito de uma cena cotidiana que dá certo (Goffman, 1959: 252). Isso ocorre numa sociedade na qual a produção e a gestão da imagem de si próprio é tão importante quanto ir além das aparências para achar o ser autêntico. Procura-se atingir a versão moderna da alma através dos índices gerados pelo corpo, numa espécie de transpiração

semiótica, que não é possível controlar, ao menos não como o fazemos com nossas palavras.

O intuito do artigo não é, portanto, identificar duas produções midiáticas. O bom senso nos indica que são diferentes no seu desenho geral e nos detalhes de sua realização. Ainda menos, se defende, do ponto de vista formal uma suposta equivalência estética ou ética entre *BBB* e o filme *EM*. O chamado "senso-comum crítico" proposto pelo semioticista Peirce (CP 5.439)<sup>3</sup>, consiste justamente num intento analítico de ir além, mas não contra esse modo de pensar instintivo, que opera na vida cotidiana, como uma lógica natural e poderosa, ainda que não explícita. Portanto, o senso-comum será aproveitado como a base natural para construir uma análise da significação de um fenômeno de grande repercussão social. De acordo com essa posição, serão discutidos os elementos comuns dessas duas variantes do real midiático, e também as óbvias e marcantes diferenças que há entre elas.

## O discreto charme do chamamento indicial assim na televisão como no cinema

Duas discussões críticas recentes do gênero documentário na TV e no cinema aproximam-se da questão abordada neste artigo. Rial (2003) propõe uma analogia entre a transmissão televisiva do futebol e do documentário, e Penafria (2003) reflete sobre os limites do gênero através do célebre "filme-Zapruder", o qual leva o nome do amador que registrou por acaso o assassinato de J. F. Kennedy em 1961, em Dallas. Ambos os trabalhos têm por objetivo determinar o que é possível tecnológica e semioticamente no documentário, e o que não é factível no que diz respeito ao seu assunto distintivo, o real. Depois de fornecer um elenco de elementos típicos do documentário no futebol televisivo, Rial (2003) nos adverte que isso "não significa [que no documentário exista] uma transposição do real".

Por sua vez, Penafria (2003) escreve sobre o fracasso do projeto estético e ideológico do "cinema-direto" norte-americano, e sobre o de sua pretensão de "apresentar a realidade 'tal qual'". Essa escola

teria seu certificado oficial de falecimento no filme-Zapruder. O motivo de tal insucesso é, segundo Penafria, que o filme “trata-se de uma representação inconclusiva”, que não fornece “as motivações e causas dessas ações (filmadas)”, e portanto “está infinitamente acessível através de interpretação e recontextualização”.

Considero razoável a posicionamento sobre os limites naturais do documentário como representação do real, porém, essas restrições são comuns a todos os signos, os quais conseguem capturar apenas aspectos parciais do real, e o fazem de modo falível. O motivo é simples: os signos e o real que eles representam inserem-se no tempo, num processo de mudança contínua. Se substituirmos “transposição” por “representação” do real no documentário, devemos discordar da proposta de Rial (2003). Na teoria semiótica triádica de Peirce (CP 5.283), a percepção é direta e mediata, por conseguinte o signo enquanto representação é comparável ao arco íris, uma manifestação dual da água e da luz. A ação dos signos recebe a determinação do real e a do mecanismo representacional (ex. a TV). O limite assinalado do documentário pertence ao limite de nossa atividade normal como intérpretes de signos, quais sejam: baseada numa relação de qualidade e semelhança – o ícone –, baseada numa relação de existência e contigüidade – o índice – ou baseada numa relação geral e convencional – o símbolo.

Estas três relações do signo com seu objeto dinâmico – o real na sua força externa ao signo – são os três modos básicos de conhecer o mundo e, por consequência, os três modos nos quais a cultura das mídias providencia um conhecimento mediatizado do mundo. Nem o filme-Zapruder, nem os inúmeros livros escritos desde 1961 sobre o assassinato de Dallas poderão exaurir a interpretação desse acontecimento. O que todo signo tenta fazer correta ou erradamente é revelar algum aspecto do real, é assim que se aproxima à verdade, embora que esse encontro possa acontecer a longo prazo. Para a semiótica peirceana, postular uma tendência assintótica em direção à verdade e negar radicalmente tal possibilidade são coisas muito distintas. A ciência baseia-se nesta esperança epistemológica, o que envolve se afastar do niilismo relativista.

Sem negar nem minimizar os limites da representação documental, é fundamental lembrar que estes existem em qualquer tipo de representação, na mídia ou fora dela. Carroll (1996: 224ss), na sua crítica das posições que negam a definição do documentário como gênero fílmico capaz de registrar fatos, tal como o faz a história, demonstra que muitas das noções usadas contra o documentário como gênero baseado na evidência factual sofrem de grande ambigüidade ou de insuficiente definição (ex. ideológico, subjetivo, fictício).

Partindo de uma posição semelhante, proponho uma análise da representação televisiva (*BBB*) e fílmica do real (*EM*), baseada na hegemonia dos índices ou signos de existência que, concordo com Penafria (2003), não fornecem interpretação nenhuma de seu objeto. Porém, sem os índices, o símbolo, esse signo que serve para interpretar o mundo, não teria um contexto, i.e., a ligadura factual que o alicerça numa situação concreta, na qual a interpretação é válida. Outro problema freqüente nas críticas contra a validade epistêmica das representações da mídia é que elas se apoiam no modelo binário cartesiano, segundo o qual de um lado está o mundo – matéria, corpo – e do outro, separado absolutamente, está o espírito – mente, significado abstrato. A semiótica triádica integra o universo através da doutrina sinequista, que propõe a continuidade de todo o que é, o qual inclui o possível, o atual e o geral. Se é correto afirmar que o índice (ex. o catavento) só significa a existência de alguma coisa, sua causa física, (ex. o vento), mas não fornece nem necessita ser interpretado para funcionar, isto não impede a ação deste signo, i.e., sua contribuição epistêmica para uma fase interpretativa ulterior e mais desenvolvida.

A ação dos signos envolve seu crescimento, a integração do ícone e do índice no símbolo, constituindo-se assim uma forma mais complexa. O símbolo é uma lei ou conceito geral, através do qual compreendemos e ordenamos nosso entorno e conseguimos nos adaptar melhor a ele, compartilhando esse saber convencional. Um exemplo é o conceito de “documentário”, enquanto regularidade ou convenção que gera uma classe de expectativas,

além da singularidade de cada produção específica (ex. o estilo, o realizador, etc) .

Numa pesquisa anterior (Andacht 2002a), o termo *index appeal* ou chamamento indicial foi proposto para descrever a estrutura de significação do *reality show BBB*. Se a elaborada imagem encantadora e irreal das divas, o irresistível *sex-appeal*, constituía a principal fonte de sedução do cinema “da época de ouro de Hollywood, o prato de resistência de *BBB* é seu *index-appeal*, que se baseia na geração contínua de signos cujo propósito sistêmico não é o de ser interpretados, mas o de apontar de modo compulsivo a seu objeto dinâmico” (Andacht 2003b:150). Trata-se dos índices. Peirce (CP 8.41) compara o efeito específico do índice com a hipnose, por causa do poder físico mais do que intelectual que este signo possui e com o qual afeta nosso corpo:

Achamos agora que, além dos conceitos gerais (símbolos), duas outras classes de signos são totalmente indispensáveis em todo raciocínio. Uma dessas classes é o índice [*index*] que, como um dedo que aponta, exerce uma real força sobre a atenção, como o poder de um mesmerizador, e a dirige para um objeto específico do sentido.

A fotografia de uma casa é usada por Peirce como exemplo de índice, mas não “pela semelhança na sua aparência, [porque] há dez mil outras no campo que são iguais a esta” (CP 5.554). O único motivo para afirmar que essa foto é um índice dessa casa, é que “o fotógrafo dispôs o filme de tão modo que, segundo as leis da óptica, o filme foi forçado a receber uma imagem da casa” (CP 5.554) Para analisar as representações do real aqui consideradas, parto do pressuposto de que todo “fato luta por abrir-se caminho para sua existência” (CP 1.432). Portanto isso que o fato que é todo índice “tem virtualmente que fazer para indicar seu objeto ... é capturar os olhos de seu intérprete e com força os levar para o objeto significado”, tal como acontece no caso de “um bater na porta, um alarme, um silvo, um tiro de canhão” (CP 5.554).

A hipótese central do artigo é que no *BBB* e no *EM*, os índices produzem uma espécie de conhecimento carnal no espectador. A



experiência estética destes dois gêneros envolve centralmente o efeito indicial de resistência que nos faz cientes de nosso próprio *self* ou identidade. O específico destas representações do real é que a referida experiência baseia-se no efeito quase táctil gerado pela transpiração semiótica, pelos inúmeros rastos dos corpos filmados e exibidos, ao vivo, em VT, ou no filme documentário. Nisso precisamente consiste o chamamento indicial. Mesmo que pareça contra-intuitivo reunir numa comparação duas criações da mídia tão diferentes, há uma vantagem teórica em fazê-lo. É possível contribuir à compreensão de uma tendência cultural manifestada através de formatos e gêneros diferentes com um mesmo intuito, qual seja: a procura do contato com o autêntico, com o real da atualidade. No chamamento indicial o real encarna-se em corpos anônimos que agem sem roteiro frente a câmaras e microfones. Essa presença está ali para fornecer uma evidência existencial, mais do que para falar ou refletir sobre ela. Proponho considerar que essa classe de revelação indicial tem se transformado no Grial da cultura midiática do século XXI.

## A representação do mundo cotidiano como o último Grial da modernidade

Num estudo do começo da televisão comercial nos EEUU, Horton e Wohl (1956) descrevem um poderoso efeito de "intimidade a distância", que seria uma herança dos dias do rádio. Os apresentadores que migraram desse meio para o mundo audiovisual desenvolveram estratégias para gerar uma impressão de grande familiaridade com seu público. Esse ilusório vínculo face a face é "a relação para-social" (1956:216), uma das estratégias que geram a fascinação na televisão. Se "a promessa irrealizável da instituição midiática" (Bourdon 1997: 63) é fazer o espectador compartilhar a atualidade na hora mesma em que ela surge, através da tecnologia da transmissão ao vivo, então podemos pensar que grande parte do sucesso de Ibope do *BBB*, no Brasil e no resto do mundo, deve-se ao efeito de atualidade no qual se

baseia o gênero. O referido limite tecnológico do ao vivo também existe na produção do *reality show*, porém, não impede o efeito de máxima atualidade.<sup>4</sup>

O gênero híbrido de *BBB* consiste em “uma melocrônica dos bastidores da interação humana” (Andacht 2002a: 82), porque combina elementos típicos do melodrama – conflitos afetivos e trilha sonora – com o registro detalhado dos fatos que acontecem dentro da casa. Pela primeira vez, oferece-se na TV um tipo de turismo dedicado à ordem da interação. Essa crônica televisiva inclui quase todo o que acontece numa área onde as pessoas estão normalmente protegidas da exposição por barreiras audiovisuais. Por isso elas acostumam ensaiar lá sua apresentação do *self* perante os outros, nos bastidores ou *backstage* da interação social (Goffman 1991). Em vez de acarretar o som e a furia do mundo exterior para o âmbito doméstico, tal como o faz o telejornal, *BBB* traz os pequenos acidentes e incidentes do âmbito no qual “o indivíduo entra na presença dos outros” (Goffman 1959: 1). Não parece ser diferente o fim procurado pelo realizador do *EM*, quem, numa entrevista recente (2003)<sup>5</sup>, afirma que o essencial do seu documentário não está no conteúdo da fala dos moradores do prédio de Copacabana, mas a ocorrência do diálogo: “Estamos sempre filmando encontros” (p. 217).

Uma recente reflexão de Eagleton (2003) sobre a possível origem histórica do realismo literário em Ocidente contém elementos ilustrativos do desenvolvimento dessas formas artísticas atuais do real, do documentário e do *reality show*:

A idéia de que a via cotidiana é dramaticamente cativante, que ela é fascinante simplesmente nos seus ilimitados detalhes rotineiros, é uma das grandes concepções revolucionárias da história moderna, que Charles Taylor, em *Sources of the Self*, apresenta como de inspiração cristã.

O “expressivismo” sobre o qual escreve Taylor (1989: 368), na sua detalhada história do *self* moderno, envolve uma grande atenção a um aspecto da pessoa sobre o qual essa tem pouco controle, em contraste com o que exerce sobre sua fala. Os gestos, as emoções que podem ser ‘lidas’ no rosto e a coreografia expres-

siva do corpo todo são percebidos como um acesso privilegiado à alma moderna, ao que há de mais autêntico na pessoa. Tanto o romance literário quanto o cinema-verdade, do qual a obra de Coutinho é um exemplo, e o *reality show* de fechamento observado podem considerar-se conseqüências do histórico "giro expressivo". Trata-se de uma arte radicalmente oposta à épica, ao relato das grandes façanhas dos heróis. É o momento de glória da pessoa comum fazendo o que há de mais comum, viver o dia a dia, existir na temporalidade da rotina. A representação audiovisual do real mergulha no lago tranqüilo da comunicação fática, uma noção que Jakobson (1960) herdou do antropólogo Malinowski. Ela denota a fala que não fala de nada, ao menos de nada preciso ou sério. A chamada "comunhão fática" é um gesto singelo de afeto do corpo que facilita o contato das pessoas. Um exemplo disso é a frase fática "faz parte". Ela foi repetida com entusiasmo inúmeras vezes pelo vencedor do primeiro *BBB*, Kleber Bam Bam de Paula, em 2002, como se fosse o talismã da vitória.

Além do predomínio dos índices, *BBB* e *EM* compartilham uma forma discursiva muito antiga chamada *kerigma*. Ela se encontra no Novo Testamento mas também se usa hoje na publicidade e nas campanhas eleitorais<sup>6</sup>. O termo *kerigma* provém do verbo grego *kerissein*, e significa testemunhar. O ato testemunhal de comunicar 'a boa notícia' da salvação fazia-se numa situação de co-presença física. Sem recorrer a argumentos racionais ou emotivos, o corpo do evangelista procurava contagiar o interlocutor com seu entusiasmo, pela força e proximidade da testemunha. O essencial do *kerigma* é "que o falante o exprima agora, isso é o inaudito. Não aquilo que é falado, mas o acontecer da predicação é o decisivo. Agora é o tempo" (Bultmann 1974:228). O ponto de contato entre essa espécie de verbo performativo austiniano *avant la lettre* – quando dizer é fazer<sup>7</sup> – e o que acontece no *EM* e no *BBB* é evidente. Coutinho (217) destaca a escassa relevância do conteúdo das falas no seu documentário bem como a grande importância do fato de elas acontecerem no momento do encontro filmado. Já é um lugar comum da crítica feita a *BBB* assinalar o

caráter extremamente banal de seus diálogos. Também neste caso o relevante está na transmissão do puro acontecer.

Quem por uma mistura do acaso, boa disposição, e natural competência narrativa é filmado no seu encontro com o realizador do *EM* aparece perante a câmara e ao microfone para oferecer seu testemunho. A situação é quase idêntica para quem entra a morar na casa do *BBB* pelo discutido método do *casting*. Todas essas pessoas estão lá para trazer seu corpo à cena audiovisual e deixar registrados seus traços corporais nos seus depoimentos, junto com suas palavras. Nestas duas variantes da representação **neo-kerigmática** do real na mídia audiovisual se produz o tipo de conhecimento que denomino "carnal". O miolo da trama do documentário *EM* e o do *reality show* *BBB* está constituído dos índices corporais gerados pelo dispositivo tecnológico, qual seja, o conhecimento carnal destes gêneros.

## A relação simétrica e complementar entre tecnologia midiática e cultura

Williams (1981: 139-143) analisa o solilóquio isabelino e seus usos como um exemplo de pesquisa da sociologia das formas. Para compreender cabalmente o nascente individualismo no universo capitalista do século 16 é fundamental a abordagem formal dessa convenção dramática, junto com o estudo das condições socioculturais de nível macrosocial. Há uma correspondência entre o dispositivo técnico teatral renascentista e as técnicas de registro das pessoas comuns no *BBB* e no *EM*. Tanto o recurso ao poderoso dispositivo audiovisual moderno quanto a renúncia estóica a ele revelam a relação com o real favorecida por estas representações, i.e., sua relação com a cultura. O espectador do documentário pode achar chamativa a ausência de imagens que funcionem como uma evidência confirmatória e ilustrativa do que é falado pelos moradores frente a uma câmara fixa. Tudo no *EM* indica que o testemunho produzido é necessário e suficiente, não há nenhum interesse em outros documentos, nem lugar para o que não foi visível no tempo

da filmagem do documentário no preciso instante de co-presença do realizador e dos filmados.

No pólo oposto, encontra-se a “promessa” (Jost 2003:47) encarnada pelo gênero de *BBB*: a de mostrar tudo. A casa do *reality show* é uma mistura de *shopping center* e morada. No centro comercial, o indivíduo já não é protegido pelo Estado, mas pela empresa que administra esse espaço e que recebe em troca o tempo de lazer e de consumo das pessoas. Historicamente, a função básica da casa tem sido a de um refúgio, onde, além das funções básicas, o ser humano pode descansar do olhar alheio. Lá a pessoa também dispõe de barreiras audiovisuais para ensaiar a apresentação do *self* no exterior. Câmaras de vigilância insones e atrações variadas para o comprador do shopping lembram o dispositivo instalado na casa de *BBB*. Tudo acontece como, se na entrada desses dois lugares, houvesse um cartaz que anunciasse *ABANDONE TODA ESPERANÇA DE PRIVACIDADE QUEM AQUI ENTRAR*.

A relação entre a tecnologia de observar e registrar o mundo e os antagônicos realismos audiovisuais considerados no texto é sintomática de uma tensão na atual cultura das mídias. Trata-se da oposição entre o desejo de produzir a mais sedutora imagem de si próprio imaginável e a vontade de achar o mais autêntico do ser humano. O autêntico é isso que estaria além das aparências e das palavras: os índices que o corpo produz sem nossa vontade ou censura têm o poder de revelar a alma da pessoa, sua verdade. Nas seções seguintes, proponho uma análise detalhada destas duas relações distintas, mas simétricas e complementares entre as tecnologias da arte do real e a cultura. A pesquisa envolve, portanto, algo interno e formal bem como algo coletivo e social.

## A exorbitante representação do real do *BBB*: o efeito Arcimboldo.

Para caracterizar as variantes da representação do real na mídia, recorro à obra de dois artistas visuais. No caso do *reality show*, a referência é feita às inquietantes criações do pintor italiano maneirista

Arcimboldo (1527-1593). As radicais metamorfoses pictóricas que sofrem personagens corriqueiros como o cozinheiro, ou tão ilustres como o Imperador Rudolf II, representado sob a figura de *Vertumnus*, a deidade romana da vegetação num retrato feito de frutas, vegetais e flores, são comparáveis às transformações televisuais sofridas pelos participantes de *BBB*. Num fragmento da entrevista feita ao diretor de produção do *reality show*, o Boninho, logo após a primeira edição em 2002, aparece com grande clareza o que chamo de efeito Arcimboldo neste programa televisivo:

*Playboy*: Você pretende detonar alguém na edição, como no caso do videoclipe da Stella enfiando várias vezes o dedo no nariz .

Boninho: Mas a Stella tinha mesmo a mania do nariz e era impossível não brincar com aquilo. ... **Se a pessoa tiver uma mania semelhante e entrar na casa do BBB, vou detonar, sim. O cara sabe que, se está lá dentro, é para isso mesmo.** (Valeika de Barros 2003, grifo meu, F.A.)

Não parece possível esperar maior sinceridade da mídia, nem uma melhor definição da ética e da estética do *BBB* como novo formato televisivo. Os participantes entram na casa do Projac da Globo para serem arcimboldizados, segundo a confissão do máximo responsável da tecnologia de representação desse *reality*. Do ponto de vista da empresa, é para isso mesmo que os concorrentes de *BBB* participam, porque desse efeito depende a popularidade, o grande Ibope do programa.

O dia mais importante da semana no *BBB* é o dia P, em alusão ao 'paredão', o mecanismo que culmina com a exclusão de um participante. Primeiro são votados e escolhidos dois candidatos pelos próprios moradores da casa. Essa decisão é submetida depois ao voto da audiência. A segunda vez que isso aconteceu, na edição do *BBB2*, no 26 de maio de 2002, assistiu-se a três ocorrências distintas do efeito Arcimboldo, a estratégia distintiva do *reality show*, que o diferencia formalmente do documentário *EM*. Na semana prévia, foi exibido com insistência o comportamento exorbitante de Tina, uma jovem que prontamente transformou-se numa presença hostil. Dia após dia, ela se dedicou a antagonizar com brutalidade seus colegas.

Tina exprimiu sua atitude com seu aspecto exasperado – o rosto maquiado de bruxa ou pintado com as cores do Brasil num desenho grotesco que fazia parte de sua fantasia de “*drag queen*”. O começo da edição especial das segundas-feiras não deixou dúvida nenhuma a respeito do valor estratégico da transmissão enfática dessa atitude: “Vamos repercutir esses acontecimentos com seus protagonistas”, anunciou com solenidade irônica o apresentador Pedro Bial.

No gesto desse conhecido jornalista da Globo existe um aspecto chave do efeito Arcimboldo. A produção de *BBB2* não se contentou em repetir e justapor inúmeros *close-ups* da metamorfose de Tina, transformada numa guerreira truculenta que inclusive falava sozinha, como se fosse uma vilã de história em quadrinhos, berrando e batendo panelas de madrugada para não deixar ninguém dormir na casa. À escabrosa e abundante visão da evidência corporal da jovem, *BBB2* acrescenta a reação impactada dos testemunhos. Trata-se de mais um índice, o signo tangível que envolve a resistência que há entre, no mínimo, duas coisas. Assim o impacto do choque causado pelo comportamento anômalo da jovem é bem maior. Com os fragmentos do real coletados na casa, *BBB2* produziu o efeito Arcimboldo, o tão anunciado e exorbitante “perfil” do morador.

O referido episódio é apenas mais espetaculoso do que as outras exorbitâncias usuais em que se baseia a significação do gênero. A impressão chocante gerada é maximizada através do contraste entre a grotesca imagem atual e o antigo perfil da pessoa registrado na sua vida civil para sua apresentação inicial, antes da imersão no universo fechado de *BBB*. Essa imagem só é visível nesse momento crítico através da visão da família, que aguarda a provável saída de Tina, nas arquibancadas próximas à casa. O espectador converte-se em testemunha da exasperada testemunha corporal de uma “*kamikaze*” (Bial), que, em transe, repete mecanicamente que assim ela “joga xadrez”. Sua atitude violenta, porém, é a negação mesma desse jogo reflexivo. Do ponto de vista da interação normal entre pessoas que moram juntas, seu comportamento é suicida. Então assistimos perplexos às expressões enfáticas dos outros participantes: “*a mulher surtou!*”; “*ela passou os limites, velho!*”

O clímax desse episódio é atingido com a imagem da "maluquina Tina" (Bial) no confessionário: lá ela respira com dificuldade. Ela tem o olhar perdido de alguém que chegou a seu limite. A visão mereceu mais um comentário de Bial: "Você já viu que a Tina está literalmente bufando de raiva". O espectador ainda não sabe que essa visão foi o desfecho da situação mais violenta, talvez, de toda aquela edição de *BBB2*. Tina refugiou-se na única semi-barreira da casa, depois de uma confrontação de quase boxe misto, masculino e feminino. Em represália a seu ato vandálico de jogar todas as roupas dos homens pelo chão do dormitório, as malas de Tina terminaram na piscina. Mas, pouco antes disso, houve um rude choque frontal entre Fernando, o boxeador do grupo, e a exorbitada jovem.

Esta classe de realismo paroxístico do *BBB* corresponde ao que de jeito sarcástico o crítico do *New York Times*, Frank Rich (2003), chama de "a tomada da grana" (*the money shot*). Esse termo é usado na indústria pornográfica para descrever o registro minucioso da ejaculação, a cena que garante a autenticidade desse gênero. O exemplo fornecido por Rich é o circo midiático criado em torno do ídolo Michael Jackson, em 2003, em relação à acusação de pedofilia. Nesse caso célebre, o "money shot" foi a fotografia do ídolo algemado em inúmeras capas de revistas e jornais, embora o ideal para a mídia, assinala Rich, fosse difundir as próprias fotografias de seu suposto crime sexual, em algum *site* recôndito da internet.

No caso do *reality*, a tomada da grana corresponde ao momento da máxima crise de identidade, isto é, ao registro detalhado e reiterado do descontrole do corpo, do *self* exorbitado da participante. Todo morador de *BBB* encontra-se sob a imensa pressão da convivência com estranhos, num entorno ainda mais estranho, porque esse é, ao mesmo tempo, irreal e real, como os rostos familiares e sinistros de Arcimboldo. O efeito consiste na criação de um bizarro quebra-cabeças pictórico feito com as sinédoques e metonímias do *self*, com os rastros do corpo, com os rastros de seu testemunho perante o férreo dispositivo de controle audiovisual. A estratégia de *BBB* é exorbitar a identidade normal, essa que foi apresentada no



começo como “o perfil do participante”, para que o contraste com a criatura na qual ele se transformará seja mais notório ainda. O efeito perceptivo do realismo exorbitado de *BBB* é semelhante ao produzido por um retrato de Arcimboldo, qual seja: percebe-se uma *gestalt* oscilatória, nela enxerga-se alternativamente a imagem da pessoa (real), mas também a montagem de um acúmulo grotesco de gestos e de atitudes de seu corpo, de seu suor semiótico, que se emancipou de seu antigo ‘proprietário’ para ridiculizá-lo.

Com inusual franqueza, antes de ler o resultado da votação do público, Bial disse a quem seria expulsa nos próximos instantes: “*Você foi excelente para o programa, uma grande personagem!*” Nessa fala houve um reconhecimento público e explícito do efeito Arcimboldo, da estratégia exorbitante dessa representação neo-kerigmática do real. O termo “personagem” refere-se, de fato, à imagem grotesca de si mesmo fabricada pela repetição e organização caricatural dos índices corporais, ou seja, do testemunho exasperado e inegável de corpos comovidos. Não parece figurado então o cumprimento usado por Bial, no estúdio, quando ele entra na casa pelo grande monitor da sala: “Meus gladiadores!” Os moradores dessa pequena fábrica de cadáveres descartáveis da interação bem poderiam lhe responder: *Salve Bial! Aqueles que vão morrer te cumprimentam!*

Nessa mesma edição de *BBB2*, o público assistiu a mais duas estratégias exorbitantes, ainda que o comportamento produzido por elas não possui o caráter quase patológico citado acima. Trata-se do “mestre cuca” Thyrsó, quem fará a atuação de si próprio no papel de apaixonado obsessivo pela atrativa jovem carioca Manoela<sup>8</sup>. Através de muitos cartazes com a hora exata do dia (e da noite) e da edição reiterada de imagens melancólicas, desesperadas, lacrimosas, que mostram o participante Thyrsó insistindo, tentando beijar, abraçar e se apoderar a toda hora do afeto da mais ou menos indiferente moça, a produção do *reality* conseguiu um efeito Arcimboldo light. Esse é mais leve que o que foi produzido para Tina, porém, o efeito é central para o bom desenvolvimento do programa. A insistência interminável de Thyrsó mereceria, nas semanas seguintes, até a invenção de uma paródica novela, *Algemas da Paixão*, e de inúmeras animações na tela,

que não são percebidas pelos protagonistas. Toda essa criatividade tem como alvo ridiculizar a obsessão amorosa do jovem.

Houve mais uma exorbitância nesse episódio: a que envolveu a única mulher madura da casa, a Cida. Mesmo depois de saber que sua irmã mais velha estava agonizando<sup>9</sup>, Cida não saiu da casa, nem do popular programa. Contra o bom senso, Cida ficou lá até ser expulsa. Assim o espectador teve direito de receber um efeito Arcimboldo dark, literalmente fúnebre, macabro, quando *BBB2* exibiu uma cena registrada no dia prévio, no mesmo dia da morte da irmã, antes que Cida soubesse do fato através da produção. Enquanto tomava sol no jardim, ela ouviu um chamado inaudível para a audiência e respondeu a ele. Surgiu então, na tela, a visão de um diálogo estranho entre a mulher e o nada.

Tal como explicou o produtor de *BBB*, o Boninho, na citação anterior, todos esses caras entram lá para "isso mesmo", sejam eles cientes disso ou não. Os participantes sofrerão um processo midiático exorbitante de seu *self* habitual, para gerar rastros que, selecionados, repetidos e montados, segundo as regras do gênero, produzem uma colagem desmesurada, feita de sinédoques corporais, o efeito Arcimboldo. A moça suicida e violenta, o jovem obseso pelo amor e a mulher madura decidida a permanecer a qualquer preço são três personagens exorbitados que são sacrificados para um único efeito audiovisual. Embora tal efeito se baseie numa distorção, isso não converte *BBB* numa obra de ficção, como uma novela. Os insumos básicos do gênero provêm do próprio real, são tão objetivos quanto é subjetiva a decisão corporativa da televisão de submeter os participantes a essa metamorfose. Mesmo que exasperados, eles vão ficar lá, sem nenhum lugar onde se refugiar do dispositivo tecnológico do *reality* que os observa e registra.

### A circunspeta representação do real do *Edifício Master*: o efeito August Sander

Se o propósito de *BBB* é tudo mostrar, para fazer através da representação do real uma imagem exorbitante, o documentário *EM* caracteriza-se, por sua vez, pela sua produção extremamente

circunspeta. De modo prudente e econômico, o filme só exhibe o necessário para não distorcer um encontro único e transcendente de **duas testemunhas** no filme, já que o neo-kerigma do *EM* distingue-se por envolver de modo essencial aquele que é filmado e aquele que filma. O espectador adquire um conhecimento carnal dessa interação quase tátil entre os que conversam como se nada mais fosse importante no mundo. Na referida entrevista, Coutinho descreve assim os papéis de escuta e de fala no *EM*:

**Entrevistador:** A imagem parada e centrada na personagem seria uma maneira de concentrar toda a atenção do espectador no depoimento da personagem?

**Coutinho:** Para mim, não adianta um câmera genial que não escuta. Ele precisa ser tão delicado com o outro como eu sou. ... Se [a pessoa filmada], não está bem, nada pode acontecer. **Todo nosso esforço então é dirigido à produção desse momento de fala. É dedicado a permitir que, naquele instante e naquele espaço quase 'sagrados', se produza algum milagre humano e que, no milagre desse encontro, a própria pessoa construa o seu retrato de uma forma maravilhosa, entende?** [ênfase agregada, F.A.] (218)

Nesse esforço sobre-humano para captar objetivamente a subjetividade do outro e para exercer a sua, percebe-se o que denomino o efeito **August Sander** (1897-1963) desta representação do real. Num ensaio sobre o fotógrafo alemão, Berger (2001) descreve com humor a classe de representação do real que ele fazia: "*que coisa dizia August Sander aos que retratava antes de fotografá-los, e de que jeito ele o dizia para que todos eles acreditassem nisso por igual?*" Como no documentário, também no espaço intersubjetivo da arte visual nascia o encontro singular entre fotógrafo e fotografado. O real que Sander procurava representar nas suas fotografias era o povo heterogêneo dos alemães, tal como o encontrava nos caminhos altos e baixos da vida, com a riqueza de suas diferenças.

O intuito de Sander era que a posteridade conseguisse ler na filigrana visual de ofícios, roupas, atitudes e fisionomias variadas de seus compatriotas as diferenças de classe e de visão de mundo deles, i.e., uma imagem da cultura como criatura viva e protéica. Não é à toa que o regime nazista declarasse a obra do fotógrafo incompatível com o ideal ariano e a proibisse. Não há nada mais oposto àquela

ideologia anti-humanista do super-homem que o vasto projeto que Sander chamou de *O homem no século 20*. Esse consistia em fazer inúmeros “retratos naturais que mostrem os retratados em um entorno que corresponda a sua individualidade”<sup>10</sup>. A circunspeção no ato de representar o real manifesta-se assim numa **sacralização** do que há de mais secular: o cotidiano das pessoas comuns.

Mais do que analisar com rigor científico o realismo, a representação literária do cotidiano na obra de Rabelais, de Cervantes e de Dante, os renomados especialistas Bakhtin e Auerbach teriam lutado em prol de um humanismo populista, segundo Eagleton (2003). Por trás da representação do real daqueles romancistas, estaria “a Revelação... porque resulta que o que salva ou condena você são coisas tão vergonhosamente corriqueiras como se você deu de comer aos famintos e visitou os doentes” (Eagleton, 2003). Tanto nas imagens fixas de Sander quanto no documentário de Coutinho há uma proposta ética semelhante, que envolve o respeito a outrem, que é considerado com extremo cuidado, discrição e prudência. Algumas cenas do filme permitem compreender e ilustram bem como funciona nele o neo-kerigma circunspecto do real.

Um momento memorável do *EM* é o protagonizado por Henrique, um viúvo de uns 70 anos que mora sozinho no prédio, depois de ter passado quase a vida inteira nos EUA, onde ainda moram seus três filhos. No começo do encontro, ele oferece o testemunho tranqüilo de um acidente que pode ter lhe custado a vida. O homem velho escorregou e caiu no seu apartamento, mas um vizinho o encontrou, e desse jeito Henrique se salvou. Mas não é esse o momento epifânico do kerigma tranqüilo próprio do efeito A. Sander que estrutura o filme de Coutinho. Em vez de exorbitar a identidade normal do homem com quem conversa, o realizador, sentado detrás da câmara, é alguém que apenas poder ser ouvido ao fazer alguma pergunta delicadamente. Mas Coutinho consegue o tempo todo exercer uma escuta poderosa com a qual cria uma “fábula moral” (Pereira da Silva, 2003), que, porém, também é real, eu acrescentaria.

“Como você conheceu Frank Sinatra?” lhe pergunta Coutinho. O essencial para o realizador quando filma é: “provocar a fala. O ato

de falar é extraordinário porque é, sobre tudo, um ato de palavra. É essa palavra o que valorizo, é dessa palavra que são produzidas as imagens” (217). Temos aqui a antítese perfeita do efeito Arcimboldo. Embora ambos os formatos audiovisuais tratem do real, no *EM* o intuito é capturá-lo na sua pureza, na sua emergência num instante que não vai se repetir. No *BBB* a palavra, o gesto, o corpo todo são componentes centrais mas não suficientes; eles não têm valor se não são multiplicados, turbinados, descompostos e re-combinados, até produzir o quebra-cabeça hipnótico e atroz denominado efeito Arcimboldo.

O velho abre mão de sua melancolia corajosa, desse sentimento que não exprime queixa nenhuma pelo vivido e se transforma naquele jovem que uma vez foi convidado para subir ao palco por Frank Sinatra, para cantar junto com ele. Essa foi a recompensa pela ousadia de Henrique, quando lhe cumprimentou com espontaneidade e graça (“*How do you do, Blue Eyes*”). O espectador compreende que, de um modo misterioso, Henrique viveu até esse momento para dar esse testemunho musical e emocional. Com o único apoio técnico de seu toca-fitas, ele canta com fervor uma música cuja “letra em si é minha vida”, aclara o homem velho. Assiste-se a uma comovente versão sem ensaio de *My way*, enquanto Henrique gesticula com paixão e tosse.

Como os outros moradores do *EM*, ele faz uma atuação de si próprio – o vasto *self-enactment*, no qual consiste a tarefa de Sísifo dos moradores da casa de *BBB*. A performance do Henrique, porém, não tira brutalmente seu *self* de sua órbita normal; ela nós permite ter um acesso privilegiado à verdade dessa pessoa. Desejo argumentar que isso é um *self-enactment*, porque, conforme Henrique explica a Coutinho, ele sempre escuta essa música e o faz com a janela bem aberta, para assim compartilhar *My way* com a vizinhança, numa data fixa e ritual (“dois sábados ao mês”). O que surge aqui é um tipo de conhecimento carnal complementar e radicalmente oposto a sua representação simétrica no *reality show* globalizado da Globo-Endemol.

Fora de seu contexto e de sua óbvia intenção, as seguintes palavras de Coutinho (217) poderiam ser subscritas pela equipe televisiva produtora de *BBB*:

É o **ato** verbal que é extraordinário. Um ato verbal que foi provocado, catalisado, pelo momento de filmagem, sem que houvesse uma deliberação consciente nem minha nem dela. Filmar para mim é provocar, é catalisar, esse momento. **Na interação que se dá no processo de filmagem é que nasce um grande personagem** [grifo meu, F.A.]

O comentário do realizador vem à tona de outra seqüência poderosa de *EM*, a do sereno choro de Antônio Carlos. Ele é um homem maduro e muito sério que, muitos anos depois do episódio ter acontecido, se emociona no momento em que narra como seu patrão uma vez o dispensou do trabalho, para ele ir a visitar sua mãe muito doente e já próxima da morte. Seu chefe, de nome "*Pietro, porque era italiano*", disse para ele nessa ocasião: "*você não vai porque precisa, você vai porque merece!*" Antônio Carlos fica de pé, durante a conversa toda, embora que ele esteja na sua própria casa. Até parece um ritual necessário, como se o comovente testemunho de Antônio Carlos alcançasse assim o tom justo que ele almejava, embora ele não o soubesse até esse instante. Com certeza, esse encontro filmado não vai lhe trazer fama, mas ele fez possível o surgimento de um ato extraordinário, embora não aconteça, de fato, nada fora do comum.

A representação do real geradora do efeito A. Sander consiste numa espécie de 'catálise' fílmica: ela faz que aconteça alguma coisa que devia acontecer, mas que poderia não ter acontecido nessa hora, ou que aconteça de um modo que parece produzir a felicidade inexplicável das testemunhas do *EM*. Talvez esses moradores oferecem seus índices corporais – o real registrado pela equipe de Coutinho – porque eles encontram nesse ato sua própria recompensa. Trata-se do prêmio de poder se enxergar a si mesmos de um modo não habitual, graças à presença discreta de um estranho que não é alguém especial e que logo sumirá de suas vidas, sem que nenhuma metamorfose maravilhosa nem sinistra lhes aconteça. No neo-kerigma do *EM*, os moradores colocam seus corpos como a garantia de sua fala, a qual é inseparável do sentido de suas vidas fora da câmara documentária.

Mais uma diferença do *EM* no que diz respeito ao neo-kerigma do *reality show BBB*, além da manifesta exorbitância do programa televisivo, é que no filme o próprio realizador também é uma testemunha

fundamental. Eduardo Coutinho coloca em jogo seu próprio corpo, sua presença comovida no instante irrepetível. Seu papel não poderia ser mais diferente do *trickster* televisivo representado pelo provocador Pedro Bial, no *BBB*. Situado completamente fora da casa, ele procura exasperar o real dos participantes do *reality*. Isso nos permite compreender melhor a insistência de Coutinho em incluir no seu filme o ato mesmo de filmagem, em preservar o misterioso (neo)kerigma do documentário através da presença de todos os envolvidos. O filme *EM*, portanto, é realizado no interior mesmo do acontecer.

### Conclusão: a representação do real entre o exorbitante e o circunspecto

No fim do artigo, vou contestar uma idéia do criador de *EM*, para assim resumir meu argumento sobre o que é comum e o que é distinto nas duas representações do real consideradas. A circunspeção do real representado no documentário *EM* procura o extraordinário, segundo as palavras de Coutinho, na própria emergência “desse momento de fala” (218) que é registrado religiosamente, “naquele instante e naquele espaço quase ‘sagrados’”, i.e, com a menor intervenção possível de artifícios cinematográficos. Há um conceito escolástico usado por Peirce (CP 1.341) para descrever o elemento que define quase quimicamente o real como todo aquilo que resiste, que se opõe a nós: *hacceitas* é o componente de singularidade máxima do que existe aqui e agora objetivamente, do real obcecado. Tanto no seu filme quanto na descrição de sua poética, Coutinho salienta o respeito devido a essa singularidade, à manifestação do real enquanto o outro que ele encontra lá, junto com sua inocultável diferença. Discordo, portanto, com o admirável realizador, quando ele define o gênero documentário pelo “questionamento dessa objetividade, dessa possibilidade de dar conta do real” (215). Se não houvesse a presença objetiva, incontestável desse “milagre” do encontro com o outro filmado, e se não fosse “a própria pessoa” quem constrói “o seu retrato”, no *EM*, seria o filme um documentário?

Meu argumento é que a objetividade nos gêneros indiciais não desaparece, embora haja seleção, montagem, ou ênfase em algum aspecto do real representado. Nem mentiras flagrantes nem distorções conseguiriam mudar o gênero indicial do *EM* e do *BBB*. Se a falsidade do real representado fosse descoberta neles, isso simplesmente faria com que o filme e o programa televisivo virassem exemplos problemáticos de seus respectivos gêneros. Mas não por isso eles virariam ficções. As freqüentes dúvidas do público e da crítica sobre a autenticidade dos gêneros do real surgem somente, porque essa é sua promessa, o que define o gênero. Isso se manifesta na sua catalogação oficial (*indexing*), segundo Carroll (1996: 238)<sup>11</sup>.

Um exemplo da relação distintiva do gênero documentário com o real se encontra no comentário de Coutinho sobre sua conversa, no *EM*, com Maria Pía, a extremamente conservadora empregada espanhola. Ele diz não compartilhar em absoluto sua "postura patronal" (226), porém ela faz parte do encontro no qual consiste o filme, e então ele não pode não mostrá-la. Podemos concluir que a subjetividade do realizador no documentário manifesta-se na busca cuidadosa e no respeito da objetividade acarretada pela presença do outro, pela irrupção obstinada do real, pelo registro amoroso da *hacceitas* ou singularidade.

O aspecto inegavelmente subjetivo da produção de *BBB*, por sua vez, está na busca frenética da objetividade e na distorção exorbitante (e explícita) dela. A poética do *reality show* consiste no registro obsessivo de um enorme acúmulo de índices corporais que não são produzidos nem inventados pelo *reality*, porque eles emergem lá. Os dois casos de neo-kerigma da atual cultura da mídia baseiam-se, portanto, no espetáculo atraente do índice que, como qualquer fato, explica Peirce (CP 1.432), "luta por abrir o caminho para sua existência". A presença dos signos indiciais, no *EM*, favorece uma cuidadosa interpretação da experiência única e uma elaboração pessoal dos símbolos gerados no encontro<sup>12</sup>. Enquanto, no *BBB*, os abundantes índices estão lá para providenciar uma experiência compulsiva, para provocar um contato físico e brutal com os rastros do outro. A interpretação no *reality show* não é nem decisiva nem sequer relevante para o fim distintivo e sistêmico procurado pelo programa.



Trata-se, portanto, de dois formatos midiáticos opostos no que diz respeito a sua proposta cultural, mas que compartilham uma estratégia de sentido fundamental. Ambos registram e ordenam minuciosamente os rastros da vida dos outros, para depois elaborar com eles um discurso neo-kerigmático do real. Através desses formatos, assiste-se à testemunha de corpos comovidos, seja por uma tática exorbitante, seja por uma abordagem circunspeta, quase mística a causa de seu minimalismo estético. Esses dois gêneros indiciais criam uma paisagem midiática onde brilha uma multidão de signos corporais. Seus signos são uma genuína transpiração semiótica na qual o público televisivo e cinematográfico contemporâneo parece procurar avidamente os vestígios do autêntico, da alma que a atual cultura das mídias coleta e exhibe sem pausa a milhões. Proponho que nessa proliferação de evidências filmadas ou transmitidas ao vivo a audiência contemporânea busca um conhecimento carnal do mundo da vida de cada dia, e mais do que isso, um saber de si mesmos.

## Notas

- <sup>1</sup> Este texto foi produzido com o apoio do CNPq e faz parte da pesquisa em curso intitulada "A representação do real na época de sua espetacularização midiática".
- <sup>2</sup> O artigo insere-se numa pesquisa em andamento sobre a representação do real na mídia. Ver Andacht (2002a, 2002b, 2003a, 2003b, 2003c).
- <sup>3</sup> Cito a C.S. Peirce (1839-1914) do modo habitual: x.xxx volume e parágrafo *Collected Papers of C. S. Peirce*
- <sup>4</sup> Na sua análise do *Loft Story*, a versão francesa do *Big Brother*, Jost (2002:34) explica que a porcentagem de transmissão ao vivo na televisão aberta é apenas 10%.
- <sup>5</sup> Esta citação e todas as seguintes são extraídas de uma entrevista feita por A. Figuerõa et al. (2003).
- <sup>6</sup> Para um estudo do kerigma na mídia esportiva ver Andacht 1989: 18-23.
- <sup>7</sup> A referência aqui é à obra clássica de John L. Austin, *How to do things with words* (Oxford: Clarendon Press).
- <sup>8</sup> A tarefa de atuar-se a si próprio numa situação anômala, como se a pessoa estivesse na normalidade, o *self-enactment*, é central na geração de aparências normais, segundo as define Goffman (1971: 269), qual seja: a nossa "atuação normal".
- <sup>9</sup> Aos poucos dias ela morreu.

- <sup>10</sup> August Sander, *The Encyclopedia of Photography* (1984). Disponível em: <http://www.masters-of-photography.com/S/sander/sander2.html> acesso em: 12/01/04.
- <sup>11</sup> Compartilho o argumento de Carrol (1996:238) de que "A catalogação (*indexing*) original é crucial; filmes de não ficção imprecisos não podem ser re-denominados de ficções", porque a catalogação indica a referência e as expectativas que o filme reclama para si.
- <sup>12</sup> Nesse efeito consiste a "fábula moral" da qual escreve Pereira da Silva (2002) como a principal dimensão estética do *EM*.

## Bibliografia

- ALVARADO, R. Reality show: ni réel ni fictif. L'indétermination d' un genre télévisuel. In: Emmanuel Hoog (Org.). *Les temps télévisuels. Big Brother*. Paris: L' Harmattan, 2004. pp. 125-131.
- ANDACHT, Fernando. Kerigma, fútbol y política. In: *De signos y desbordes. Semiótica y sociedad*. Montevideo: Montesexto, 1989.
- \_\_\_\_\_. Big brother te está mirando. La irresistible atracción de un reality show global. In: R. Paiva (org.) *Ética, cidadania e imprensa*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002a.
- \_\_\_\_\_. BB is touching you. The irresistible appeal of Big Brother. In: F. Jost (org.) *Premier Forum International d'été. 'Le temps de médias'*. Paris: INA, 2002b.
- \_\_\_\_\_. *El reality show. Un abordaje analítico de la televisión*. Buenos Aires: Grupo Norma Editores, 2003a.
- \_\_\_\_\_. "Uma aproximação analítica do formato televisual do reality show *Big Brother*". *Galáxia. Revista transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura*. No. 6, pp. 245-264, 2003b.
- \_\_\_\_\_. El signo indicial en la representación televisiva de lo real. Trabalho apresentado no *XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)*, 2003c.
- \_\_\_\_\_. Sobre nossa paixão indicial de cada dia: entre o reality show e a imagem delatora. *Eco-Pós*. Rio de Janeiro, v. 6, n.2, p. 13-30, 2003d.
- \_\_\_\_\_. Duas variantes da representação do real na cultura midiática: o exorbitante *Big Brother Brasil* e o circunspeto *Edifício Maste*. Trabalho apresentado no *XIII Encontro Anual da Compós* (São Bernardo do Campo, São Paulo). CD-Rom, 2004a.
- \_\_\_\_\_. Fight, love and tears: an analysis of the reception of Big Brother in Latin America. In: MATHIJS, Ernest e JONES, Janet (Org.). *Big Brother International. Formats, critics & Publics*. London: Wallflower Press, 2004b. p. 123-139.
- \_\_\_\_\_. De l' irresistible 'indice-appeal' d' une attraction mondiale: *Big Brother* vous touche. In: HOOG, Emmanuel (Org.). *Les temps télévisuels. Big Brother*. Paris: L' Harmattan, 2004c. p. 43-91.

- AUERBACH, Eric. *Mimesis: The representation of reality in Western literature*. N. Haven: Princeton University Press, 1957.
- BERGER, John. El traje y la fotografía. In: \_\_\_\_\_. *Mirar*. Buenos Aires: Paidós, 2001.
- BILTEREYST, D. Big Brother and its moral guardians: reappraising the role of intellectuals in the Big Brother panic. In: MATHIJS, Ernest e JONES, Janet (Org.). *Big Brother International. Formats, critics & Publics*. London: Wallflower Press, 2004. p. 9-15.
- BOURDON, Jérôme. Le direct: une politique de la voix ou la télévision comme promesse inaccomplie. *Réseaux*. N. 81, p. 61-78, 1997.
- BULTMANN, Karl. *Crear y comprender I*. Madrid: Studium, 1974.
- CARROL, Noël. From reel to real. In: *Theorizing the moving image*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- EAGLETON, Terry. Pork chops and pineapples. *London Review of Books*. Vol. 25, No. 20, 23 Outubro. Disponível em: [http://www.lrb.co.uk/v25/n20/eagl01\\_html](http://www.lrb.co.uk/v25/n20/eagl01_html). Acesso em: 25/10/ 2003.
- FELDMAN, I. *Big Brother* prepara a sociedade de controle. Disponível em <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2537,1.shl>. acesso em: 10/04/2005.
- \_\_\_\_\_. A fabricação do *Big Brother*. Entrevista a Fernanda Scalzo, editora-chefe de *BB*. Disponível em: <http://p.php.uol.com.br/tropico/html/textos/2537,1.shl>. acesso em: 10/04/2005.
- FIGUERÕA, Alexandre. et al. O documentário como encontro. Entrevista com o cineasta Eduardo Coutinho. *Galáxia. Revista transdisciplinar de Comunicação, Semiótica, Cultura*. São Paulo, n. 6, p. 213-232, 2003.
- GOFFMAN, Erving. *The presentation of self in everyday life*. New York: Anchor Books, 1959.
- \_\_\_\_\_. *Relations in Public*. New York: Harper Torchbooks, 1971.
- \_\_\_\_\_. El orden de la interacción. In: WINKIN, Y. (ed.). *Los hombres y sus momentos*. Buenos Aires: Paidós, 1991.
- HILL, A. Watching Big Brother UK. In: MATHIJS, Ernest e JONES, Janet (Org.). *Big Brother International. Formats, critics & Publics*. London: Wallflower Press, 2004. p. 25-39.
- HORTON, Donald e WOHL, Richard. Mass communication and para-social interaction. Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*. No. 19/3, p. 215-229, 1956.
- JAKOBSON, Roman. Linguistics and poetics. In: SEBEOK, Thomas (ed.). *Style in language*. Cambridge: MIT Press, 1960.
- JANINE, R. O Jogo do Bem e do Mal no *Big Brother*". (14/02/2005). disponível em:

- AOL Fórum. [http://noticias.aol.com.br/colunistas/renato\\_janine/2005/0007.adp](http://noticias.aol.com.br/colunistas/renato_janine/2005/0007.adp). acesso em: 20/03/2005
- \_\_\_\_\_. Por que Debater o Big Brother? (21/02/2005). disponível em: AOL Fórum. [http://noticias.aol.com.br/colunistas/renato\\_janine/2005/0008.adp](http://noticias.aol.com.br/colunistas/renato_janine/2005/0008.adp). acesso em: 20/03/05
- JOST, François. *Realtà/Finzione. L'imperio del falso*. Milano: Il Castoro Le Dighe, 2003a.
- \_\_\_\_\_. *L'empire du Loft*. Paris: La Dispute, 2003b.
- \_\_\_\_\_. La cotidianeidad como modelo de la realidad televisiva *Figuraciones* No.1-2, p. 107-118, 2003c.
- \_\_\_\_\_. *Seis Lições sobre televisão*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2004a.
- \_\_\_\_\_. Vous regardez *Big Brother!*. In: HOOG, Emmanuel (Org.). *Les temps télévisuels. Big Brother*. Paris: L' Harmattan, 2004b. p. 13-41.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Collected Papers of C. S. Peirce*. HARTSHORNE, Charles, WEISS, Paul e BURKS, Arthur (eds.). Cambridge, MA: Harvard University Press, 1931-1958.
- PENAFRIA, Manuela. O plano-seqüência é a utopia. O paradigma do filme-Zapruder. Trabalho apresentado no *XII Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)*, 2003.
- PEREIRA DA SILVA, Humberto. *O Edifício Master*. *Revista de Cinema*. No. 31. Disponível em: [www.uol.com.br/revistadecinema/edicao31/em\\_cartaz/critica.shtml](http://www.uol.com.br/revistadecinema/edicao31/em_cartaz/critica.shtml). acesso em: 19/09/2003.
- RIAL, Carmen. Televisão, futebol, e novos ícones planetários: aliança consagrada nas copas do mundo. Trabalho apresentado no *XII Encontro Anual da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)*, 2003.
- RICH, Frank. America tunes in for the money shot. *The New York Times*, 30 nov.2003.
- VALEIKA DE BARROS, Fernando. Entrevista a José Bonifácio de Oliveira, Boninho. *Playboy*. Maio de 2002.
- VAN ZOONEN, L. Desire and resistance: Big Brother in the Dutch public sphere. In: MATHIJS, Ernest e JONES, Janet (Org.). *Big Brother International. Formats, critics & Publics*. London: Wallflower Press, 2004. p. 16-24.
- VILCHES, L. Le temps de la formule. In: HOOG, Emmanuel (Org.). *Les temps télévisuels. Big Brother*. Paris: L' Harmattan, 2004. p. 141-156.
- WILLIAMS, Raymond. *Culture*. London: Fontana, 1981.
- ZASSOURSKI, Y. *Big Brother* en Russie. In: HOOG, Emmanuel (Org.). *Les temps télévisuels. Big Brother*. Paris: L' Harmattan, 2004. p. 133-140.