



Representações sobre reality shows: o caso de *Desilusões Futuristas* e *Morte ao Vivo*¹

Representations of reality shows: the case of 'Le couple témoin' and 'La mort en direct'

Valéria Cristina Lopes Wilke²

Leila Beatriz Ribeiro³

Carmen Irene Correia de Oliveira⁴

RESUMO O objetivo deste trabalho é discutir a relação entre a exposição da vida privada em esferas midiáticas, analisando duas representações fílmicas – *Desilusões futuristas* e *Morte ao vivo* – que apresentam experimentações diferentes dentro modelo dos reality shows. Algumas estratégias estão em destaque e marcam as diferenças e semelhanças dessas duas produções. Partiremos das considerações sobre a sociedade do espetáculo (Debord) e sobre os reality shows para discutir o modo de representação, nos filmes, deste gênero televisivo e das relações presentes entre as instâncias envolvidas. Nas duas produções analisadas, percebemos uma leitura crítica centrada nas intencionalidades da produção e na exposição dos participantes, mas, também, uma focalização no papel daqueles que são os responsáveis diretos pela exposição ao vivo.

PALAVRAS-CHAVE *reality shows*; sociedade do espetáculo; filme; *Desilusões futuristas*; *Morte ao vivo*.

ABSTRACT The aim of this paper is to discuss the relationship between exposure levels of privacy for media, analyzing two filmic representations – *Le couple témoin* and *La mort en direct* - presenting different experiments within the model of reality shows. Some strategies are highlighted and mark the differences and similarities of these two productions. We leave the considerations about the society of the spectacle (Debord), on the reality show to discuss the mode of representation, in movies, this television genre and present relations between the actors involved. In both productions analyzed, we find a critical reading of the intentions focused on the production and exhibition of the participants, but also a focus on the role of those who are directly responsible for in vivo exposure.

KEYWORDS Reality shows; society of the spectacle; *Le couple témoin*; *La mort en direct*.

1 Artigo oriundo da Pesquisa Institucional Informação e Memória no Contexto de Práticas Culturais. Financiamento Universal/CNPq.

2 Professora Adjunta, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, pesquisadora do Núcleo de Linguagens e Mídias, e-mail: valwilke@gmail.com.

3 Professora Adjunta, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Memória Social, e-mail: leilabriereiro@ig.com.br

4 Professora Adjunta, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Memória Social, e-mail: irenecor@oi.com.br



Introdução

O objetivo deste trabalho é discutir a relação entre a exposição da vida privada em esferas midiáticas, analisando duas representações filmicas – *Desilusões futuristas*⁵ (1977) e *Morte ao vivo*⁶ (1980) – que apresentam experimentações diferentes dentro do modelo dos *reality shows*.

A primeira produção é francesa, com direção do nova-iorquino William Klein. Trata-se de uma comédia, e não podemos negar que a ironia francesa perpassa a narrativa. A história focaliza um casal modelo (*le couple témoin* do título original), selecionado para participar de um experimento revolucionário, empreendido pelo Ministério do Futuro (cujo símbolo é um significativo arco-íris), que procura identificar hábitos que possam servir de indicadores para políticas de consumo e habitação. A vida dos dois será monitorada e transmitida, exaustivamente, a todas as residências em rede nacional. Claudine e Jean-Michel foram os escolhidos e passam a viver, por seis meses, em um apartamento para um “novo homem”, onde tudo é realizado em termos de

5 Trata-se de um filme pouco conhecido do diretor William Klein, que teve como sucessos *Qui êtes-vous, Polly Maggoo*, de 1966, e o documentário, *Mohamed Ali, o grande*, de 1969. Depois de uma trajetória política e engajada, com um cinema militante a favor do movimento dos *black panthers*, ele retorna à sofisticação estética e caótica (*Desilusões*, 1977, Extras). Como assinala Samuel Douhaire, uma das marcas desse filme, segundo seu diretor, é o clichê, da decoração 100% de plástico ao jargão estruturalista empregado pelos psicossociologistas. Nessa produção, William Klein ataca o urbanismo utilitário, o culto à ciência, a política-espetáculo e, sobretudo, a televisão (DOUHAIRE, 2012).

6 Esta produção foi indicada a seis prêmios (Melhor Diretor no Festival de Berlim, em 1980; Melhor Fotografia, Melhor Montagem, Melhor Música, Melhor Adaptação e Melhor Som no Prêmio César, em 1981), tendo Rommy Schneider recebido o Sant Jordi, em 1982, por sua atuação. Em seus filmes, Bertrand Tavernier costuma abordar as mazelas sociais e dramas humanos. Ele também é autor do livro *50 anos do cinema americano*, dentre outras publicações. No filme, há referências explícitas a três outras produções de ficção-científica que dialogam com os dramas retratados: *O incrível homem que encolheu* (1957), *A máscara rubra da morte* (1964), *O homem com olhos de raio-X* (1963) (IMDB, 2012).

experiências “científicas” para descrever e registrar o comportamento do casal de classe média. O segundo filme é uma produção norte-americana sob a direção de Bertrand Tavernier. Classificado como drama e *sci-fi*, o filme trata do empreendimento de uma emissora de televisão que procura registrar os últimos momentos de vida de uma pessoa e transmiti-los, ao vivo, em um programa denominado *Morte ao Vivo*. A pessoa escolhida é Katherine Mortenhoe, uma editora de sucesso, que de início se recusa a participar do empreendimento. No entanto, o assédio por parte do produtor do programa é muito grande. Ela decide “enganar” o sistema, aceitando parte do dinheiro, que é passado ao marido, e foge das câmeras. A emissora tem um repórter, Roddy, que possui uma pequena câmera de filmagem implantada nos olhos, de modo que ele poderá registrar, disfarçadamente, os últimos dias de Katherine.

Algumas estratégias estão em destaque e marcam as diferenças e semelhanças entre essas duas produções. Primeiramente, temos a forma de participação: o voluntarismo, no caso do casal modelo; a invasão efetuada mediante estratégias de observação não autorizada, no caso de Katherine. Em segundo lugar, há o modo de confinamento do casal em um espaço físico e a aparente liberdade de Katherine. Finalmente, temos as relações entre aqueles que são responsáveis pelos registros diários e os participantes dos shows. Cabe destacar que as duas produções representam criticamente a exposição da vida privada, apesar dos gêneros e abordagens diferenciados.

Com base em tais elementos presentes nas duas narrativas, partiremos das considerações acerca da sociedade do espetáculo (DEBORD, 1997) e dos *reality shows* para discutir o modo de representação deste gênero televisivo e das relações entre as instâncias envolvidas. Cabe-nos assinalar uma questão também presente e relacionada à sociedade midiaticizada: a proliferação das retóricas de vigilância (âmbito de



conteúdo; âmbito formal) em quase todas as mídias contemporâneas: cinema, televisão e ciberespaço. Conforme Levin, tais retóricas acompanhamos primórdios do cinema, indo de interesse temático de certos diretores à ocupação da vigilância como questão reflexiva de certa cinematografia. No fim dos anos de 1990, chega-se ao entendimento da narração cinematográfica como sinônima da enunciação da vigilância: “a vigilância se tornou a *condição da própria narração*” (LEVIN, 2009, p.181). Segundo o autor, a atração semiótica que nasce das imagens de vigilância – que são sempre “imagens de algo” – está mais relacionada a nossa percepção acerca de como está sendo captado “o real”, seja de uma gravação ou de um circuito fechado, e alimentado em “tempo real” (2009, p.183).

A espetacularização e a indústria de massa

A epígrafe escolhida por Guy Debord para abrir seu livro *A sociedade do espetáculo*, que é de Feuerbach, já contém a ideia central que norteará a obra: “Nosso tempo, sem dúvida [...] prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser [...]”. Seus comentários e análises centram-se na primazia da imagem frente à realidade e da aparência frente ao que é (ser), dentro da crítica de Marx ao fetiche da mercadoria e ao trabalho alienado, do conceito de reificação de Lukács, e da teorização da indústria cultural realizada pelos teóricos frankfurtianos.

O fundamental da sociedade do espetáculo ⁷ é a crescente vivência pela representação imagética:

⁷ Aqui estamos nos referindo ao espetáculo integrado, tal como aparece nos *Comentários sobre a Sociedade do Espetáculo*, de Guy Debord. Em *A Sociedade do Espetáculo* seu autor havia indicado a existência de dois tipos rivais de poder espetacular: um associado às personalidades ditatoriais (a contrarrevolução totalitária alemã e russa) e outro associado à americanização do mundo. As novas condições de produção material da vida, à época de seus comentários, levaram Debord a unificar estes dois tipos no poder espetacular integrado. Isso indica que o espetáculo se confundiu com toda a realidade para irradiá-la. O próprio Debord reconheceu que, por vezes, o espetáculo é chamado de *mediatização*.

tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação (DEBORD, 1997). No movimento da sociedade espetacular ocorre a criação de um universo de imagens que representa o mundo vivido de maneira autônoma e separada. Tal cisão indica que as práticas sociais se dividiram em realidade e imagens, fazendo com que o espetáculo aparecesse como o tólos do modo de produção vigente, quando, em verdade, o espetáculo é a estrutura do funcionamento da própria sociedade: o espetáculo não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. O problemático é que as imagens saíram do controle, e mesmo sendo provenientes de uma prática social, passaram a ter uma existência real e autônoma, induzindo o comportamento hipnotizado, como ele explica:

Onde o mundo real se converte em simples imagens, estas simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes típicas de um comportamento hipnótico. O espetáculo, como tendência para fazer ver por diferentes mediações especializadas o mundo que já não é diretamente apreensível [...] mas o espetáculo não se identifica ao simples olhar [...] ele é o que escapa à atividade dos homens, [...] é o contrário do diálogo. Em toda a parte onde há a representação independente, o espetáculo reconstitui-se. (DEBORD, 1997, p. 185)

A circunstância do espetáculo compõe a história da experiência que foi do ser (fase pré-moderna) ao ter (fase moderna do capitalismo) até o parecer do espetáculo (fase contemporânea do capitalismo), significando o empobrecimento e a degradação da vida humana: aquilo que estava no nível do vivido passou a estar separado no nível da imagem e da representação. Na última fase, a do espetáculo, a mercadoria passa a ocupar totalmente a vida humana, e conforme o princípio do



fetichismo, a sociedade torna-se comandada pelo que é suprassensível, embora sensível. Assim, “o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência” (DEBORD, 1997, p.22).

O espetáculo consiste, portanto, no conjunto de todas as representações e de suas formas de produção material que ocorrem no capitalismo contemporâneo; ele não deve ser entendido como um avanço do mundo da visão, ou somente como produto de técnicas de difusão massiva de imagens, pois expressa uma *Weltanschauung*, materialmente traduzida. Assim, temos uma visão cristalizada do mundo, em que o capital torna-se imagem em virtude do alto grau de acumulação (DEBORD, 1997). A adesão compulsiva a essa situação não decorre de falhas morais dos sujeitos individuais e coletivos, e sim porque, enquanto peças da engrenagem capitalista, os seres humanos separados de seu produto produzem “cada vez mais e com mais força, todos os detalhes de seu mundo. Assim, vê-se cada vez mais separado de seu mundo. Quanto mais sua vida se torna seu produto, tanto mais ele se separa da vida” (DEBORD, 1997, p.20).

Guy Debord reconheceu as possibilidades que as mídias possuem para potencializarem a falsa consciência na sociedade do espetáculo. Exemplo desse fato são os *reality shows* que *espetacularizam* a vida, falsificando-a e também vendendo-a como a mercadoria atraente por (parecer) ser a “autêntica vida”. Em tal contexto, o privado e o público foram invadidos e colonizados pela lógica do capital: enquanto mercadoria rentável, o privado se publiciza em cadeia nacional e internacional pelas mídias; esta situação expressa o avanço desta lógica sobre setores da vida como o lazer e o cotidiano. Como Debord afirmou: “O capital já não é o centro invisível que dirige o modo de produção: sua acumulação

o estende até a periferia sob a forma de objetos sensíveis. Toda a extensão da sociedade é o seu retrato” (DEBORD, 1997, p. 28).

Ser espectador de programas cujo tema central é a intimidade tornou-se comum na nossa sociedade. Como ápice da espetacularização, temos o programa *Big Brother Brasil*, derivado de outros modelos, que é acompanhado, debatido e torna-se um exemplar típico da inversão da lógica democrática: vota-se para a eliminação e não para a inclusão. Na realidade, observa Chauí (2006, p.6-7) ao discutir a destruição da esfera da opinião pública, o que interessa tanto ao público espectador quanto àquele que é entrevistado nas mídias do rádio, da TV ou nos jornais e revistas são os sentimentos pessoais, a descrição de tragédias ou gostos e/ou impressões acerca dos mais variados tópicos. O “gosto ou não gosto” e “o que achou disso ou daquilo” tornaram-se o substituto banal (e ideal, diríamos nós) de temas que mereceriam análises ou mesmo informações que propiciassem elementos de crítica e de reflexão por parte de entrevistados, articulistas e espectadores.

A substituição de fatos por declarações de plausibilidade dadas pelas “personalidades autorizadas”, além de conferir a ideia de “crível” ou “plausível”, dá um tom informativo ao elemento propagandístico da discussão (CHAUÍ, 2006, p.8). A autora estende a sua argumentação até o próprio papel do Estado, quando ele, sutilmente, expõe e divulga determinados fatos desprovidos de informação e maquiados de dados “pseudocientíficos” que, via de regra, são incompreensíveis aos leigos. Chauí (2006, p. 9) argumenta que o apoio para que exista tanto a credibilidade como a confiabilidade nessa relação diz respeito ao apelo à intimidade e à vida privada, que dão a garantia e o suporte à ordem pública: “Em outras palavras, os códigos da vida pública passam a ser determinados e definidos pelos códigos da



vida privada, abolindo-se a diferença entre o espaço público e espaço privado” (CHAUÍ, 2006, p. 9).

A ficcionalização do real

Ao discorrer sobre a questão dos diferentes modelos de emissões televisivas, Jost (2007) propõe três categorias – o mundo real, o mundo fictivo e o mundo lúdico – que funcionariam como fundamento para uma classificação dos gêneros, tendo em vista como o telespectador remete o que vê a um ou outro desses mundos. Assim, há emissões ou programas nos quais o sujeito remete ao mundo real, “qualquer que seja a ideia que se faça desse mundo: essa visão de mundo varia segundo as idades (a realidade da criança não é a mesma do adulto) e as culturas (a representação do mundo real francês não é igual à do brasileiro, por exemplo)”. Há emissões que ele poderá compreender como do espaço da ficção, no qual é suposto certa coerência, “uma parte de invenção e a presença de atores”. Finalmente, há os programas que o telespectador irá remeter ao jogo, que podem se engajar à realidade ou podem vir pintados com traços de ficção (JOST, 2007, p. 62-64).

Jost (2007) afirma que desde seu nascimento a mídia televisual continha uma promessa de autenticidade de contemplar a vida nua e crua, fato que pressupõe a transmissão direta. Com relação a esse aspecto, o autor diz que não é fácil definir o que seja esse direto como acesso ao real. O direto passa por relação de simultaneidade entre o momento em que o programa se desenrola (no caso dos *reality shows*, é o que se está vivendo naquele instante) e o tempo do espectador. No entanto, como ele mesmo afirma, “poucos [programas] diretos são exibidos pela televisão sem ter sido não somente preparados, como programados” (JOST, 2007, p. 95).

Nas discussões sobre *reality shows* é comum assinalar o fato de eles se pautarem no “culto ao real” como justificativa para uma estratégia de

exposição ao público de dramas, encenações, experiências privadas de anônimos. O *voyeurismo* é outro elemento evocado. Especificamente no caso brasileiro, Almeida (2003) mostra como nos diferentes veículos da imprensa, de janeiro a abril de 2002, os artigos citavam o voyeurismo como uma das principais razões para o sucesso do *Big Brother Brasil* (algo que a autora pretende desconstruir). No diálogo com o cinema, Levin nos mostra que os anos de 1990 veem surgir cada vez mais filmes cujas narrativas de vigilância são legitimadas pelo “desejo [de um] espectador satisfeito”, ou seja, instala-se uma cumplicidade entre a filmagem vigilante e “determinados aspectos da economia visual da vigilância” (2009, p. 187). Como afirma Kellner (2006, p.130), “a TV é hoje um meio para programas espetaculares [...] e espetáculos da vida cotidiana como *The real world* e *Road rules* da MTV, ou os populares *Survivor* (*No Limite* brasileiro) e *Big Brother*”. Nessa linha, entre 2002 e 2004, nos EUA, os *reality shows* com as maiores audiências foram os competitivos que aliavam sexo, amor e casamento, ou que estabeleciam uma competição pelo posto de um novo Donald Trump. Nesse sentido, *O Aprendiz* foi o mais popular da TV norte-americana em 2004.

O formato desse tipo de programa parece também ser variado, desde que respeitada essa premissa do “real”. Uma das mais famosas produções a abordar a construção desse gênero foi o *Show de Truman*, no qual o protagonista, Truman, tinha, desde bebê, sua vida transmitida ao vivo, 24 horas, em uma cidade totalmente montada para ele. Detalhe: Truman não sabia que sua vida não era “real”.

Ao lado desse “culto ao real”, há outros elementos que subsidiam alguns dos formatos mais recentes de *reality shows* que trabalham com a “intervenção” ou “transformação”, nos quais são focalizadas trajetórias de mudança individual “desde mudanças no vestuário, na decoração da casa e na aparência



(cortes de cabelo, *lipoaspiração*, *liftings* e *peelings*) a implantes de silicone, correções odontológicas e cirurgias plásticas” (BRUNO, 2005). Nesse aspecto, parece estar em jogo, segundo a autora, a ideia de que beleza e saúde são produtos acessíveis e possíveis a quem desejar.

Ao discutirem o estatuto do cinema na hipermodernidade, Lipovetsky e Serroy (2009) afirmam que o filme de cinema parece sofrer a concorrência não somente das ficções televisivas, mas também dos *reality shows*. Ao elencar as características que diferem os dois, os autores indicam: os participantes são anônimos; autenticidade e transmissão ao vivo; o cotidiano; minimalismo e realismo. No entanto, eles mostram que tais elementos não são tão exatos. Os participantes passam por processos de seleção (assim como os atores na produção de um filme); eles vivenciam situações roteirizadas, muitas vezes totalmente artificiais, e acabam desempenhando um papel pré-escrito pelas regras do jogo. É assim quando se fica encerrado em um *loft* (*Loft Story*) sendo filmado durante doze semanas; ou quando se vive em uma ilha com os recursos locais (*Koh Lanta*); ou se precisa escolher uma entre as mulheres do “harém” construído pela produção (*Greg Le Millionaire*). Em tal contexto, “cada um se torna, por assim dizer, o intérprete de si mesmo [...] e é a própria realidade que se ficcionaliza” (LIPOVETSKY; SERROY, 2009, p. 221). Dessa forma, como mostram os autores, o desafio não é mostrar o real e sim fazê-lo parecer com um filme, com dramas, suspenses, lágrimas, finais felizes etc. Nas palavras de Craveiro (2012), no contexto dessa “TV realidade”, o espetáculo é uma passarela de casos reais, levando alguns a pensarem que tal fome por realidade fará com que a ficção venha a desaparecer no futuro, pois a encenação do real encontra na televisão um espaço de consagração.

No centro dessas discussões, além do desejo

por eventos de uma realidade ficcionalizada por parte do espectador hedonista e individualista, há considerações acerca da rentabilidade desses programas por conta da audiência. Para Craveiro (2012), as leituras sobre os *reality shows* também devem considerar o aspecto do consumo e da concorrência. No contexto de uma disputa entre as diferentes mídias e diante de outros problemas, a televisão repensou sua programação e aumentou as horas disponíveis para o entretenimento e para o desporto, por exemplo, em detrimento dos programas de informação. Assim, diz a autora, “constata-se uma presença mais substancial de *reality shows* e telenovelas; dilui-se de modo acentuado, a separação entre informação e espetáculo; privilegia-se o espetáculo do cotidiano; proliferam as histórias da vida de pessoas comuns” (CRAVEIRO, 2012, p. 15).

O que parece ser um consenso é que esse gênero televisivo emerge graças ao contexto do espetacular (condição essencial da indústria cultural), da sociedade de massa e da reificação do indivíduo, em que a estratégia do sucesso preconiza “a dramatização da realidade e a sua transformação de acordo com as categorias do espetáculo, a introdução das regras do espetáculo e da publicidade na generalidade da cultura mediática e na percepção e construção da realidade social” (CORREIA, 2003 *apud* CRAVEIRO, 2012, p.15).

Outros autores, como Praça e Trinta (2010), também discutem os *reality shows* à luz da teoria crítica considerando o contexto capitalista de produção e o consumo. Tendo em vista questões como a representação e o real, e considerando a televisão como um dos espaços de excelência da espetacularização, o gênero televisivo em questão mostra-se o mais adequado à audiência que busca emoções reais, tendo em vista a exposição da privacidade. Os autores mostram que não é



recente a estratégia de trazer a rua para dentro do lar, levando a uma diluição entre esses espaços tradicionalmente discutidos como categorias sociais e antropológicas. A novidade dos *reality shows* seria, no entanto, o foco na vida cotidiana de pessoas comuns, que sentem necessidade de se exibirem e de terem sua intimidade devassada. A audiência, outro aspecto a ser considerado, é explicada tanto pela questão do *voyeurismo* quanto pela identificação. Praça e Trinta (2010, p. 8) ressaltam que “as motivações dos espectadores para acompanhar esse tipo de programa, por sua vez, podem ser explicadas, dentre outros motivos, pela identificação que estabelecem com o que é exibido na tela”.

Sendo assim, dos elementos em discussão no caso dos *reality shows*, podemos destacar, principalmente, a espetacularização da intimidade, borrando os limites entre o que é público e privado; o desejo de identificação e *voyeurismo* dos espectadores, acompanhado pelo respectivo desejo de exposição dos participantes; a emergência desse modelo no contexto de uma concorrência em busca de novos formatos para novas e maiores audiências.

Nas duas produções analisadas, percebemos uma leitura crítica centrada nas intencionalidades da produção e na exposição dos participantes, mas também uma focalização no papel daqueles que são os responsáveis pela transmissão direta.

Em nome da ciência (*Desilusões futuristas*)

Logo no início de seu confinamento, Jean Pierre e Claudine (*Desilusões futuristas*, 1977) lembram, e são lembrados, do caráter científico do projeto para o qual se voluntariaram e pelo qual seriam pagos. As cenas de abertura mostram, externamente, o local onde ficarão. Trata-se do Centro de Pesquisa Cidade Nova A2. O casal chega à casa e um dos

psicossociologistas ⁸ do projeto, uma mulher, os instrui a se despirem. Mais tarde, veremos que o experimento é acompanhado por dois psicossociologistas: um homem e uma mulher que não são nominados e que constituem observadores/pesquisadores. O Ministério do Futuro está montando um Centro Urbano Experimental e deseja que seus habitantes sintam-se confortáveis. Jean Pierre e Claudine foram escolhidos como típicos usuários do ano 2000. Os pesquisadores estão interessados em entender seus medos, desejos, em medir o nível básico de integração social etc. Após se instalarem no apartamento modelo (que ainda está incompleto), o casal assiste pela televisão sua própria reportagem. O apresentador do programa anuncia que eles transmitirão esse experimento fascinante pelos próximos seis meses. “Hoje a noite toda a França imagina: Quem são vocês, Claudine e Jean-Michel? Tentaremos responder com algumas imagens”.

No filme, dois espaços são apresentados com seus respectivos conflitos que se entrelaçam: o apartamento do casal modelo e a sala de trabalho dos dois psicossociologistas. Entre provocações e conflitos, os dois grupos desempenham seu papel em função de uma situação planejada. A vida do casal modelo é a representação espetacularizada vista pelo público televisivo. As tensões entre ele e os pesquisadores/observadores é a representação de uma relação que não se deixa mostrar nos *reality shows*.

O programa vem embalado pela cientificidade de um projeto do governo. O motivo do confinamento é o estudo dos hábitos de um casal com vistas ao planejamento urbano. Por que transmitir a privacidade deles, então? Propaganda governista?

⁸ A denominação do cargo dessas duas personagens encontra-se nas informações sobre a produção, no IMDB <www.imdb.com>. No entanto, em determinado momento do filme, o homem afirma que eles têm um diploma de psicologia.



Não somente. Na cena em que os hábitos de café da manhã são registrados, a psicossociologista pergunta o que eles tomam normalmente. Jean-Michel responde: “café”. Ela então afirma: “Ok. Nós servimos café Jacques Vabre”.

As transmissões do cotidiano do casal modelo não podem ser entendidas, exatamente, no contexto de um desejo de exposição, como vem indicando a maior parte das análises dos programas de *reality shows* que trabalham com o confinamento. A relação cotidiana do casal modelo com o casal de psicossociologistas parece se situar no âmbito de um escrutinamento e construção dessa intimidade.

Agora, não somente expor, mas também conhecer para modificar e ainda para constituir subjetividades. Vejamos um momento dessa construção. Claudine conhece a cozinha do apartamento modelo. Diversos profissionais mostram as últimas novidades tecnológicas que deixam o cotidiano dessa mulher modelo mais fácil. Cozinhar, lavar, conservar alimentos, limpar janelas: uma série de artefatos está a sua disposição. A mulher modelo do ano 2000 é uma esposa exemplar dos Anos Dourados: a imagem é antiga e os aparelhos, modernos. Na exposição cotidiana do casal, o público verá a construção dessa imagem associada ao novo planejamento urbano. “Um homem bem alimentado não trairá sua mulher”, observa um dos membros da equipe.

Não são poucos os exemplos de propaganda e formação de hábitos que são veiculados pelos *reality shows*. Longe de considerar a noção de espectador passivo, mas tendo como foco a proposta do programa globalmente, podemos delinear: 1) o consumo do programa por parte de uma grande audiência por conta do apelo à transmissão ao vivo da privacidade do casal modelo; 2) o potencial aumento do consumo dos produtos utilizados no apartamento; 3) a potencial e virtual possibilidade

de mudança/consolidação dos hábitos da família média francesa.

Apoiado no gênero cômico, *Desilusões futuristas* aproveita o exagero e, por vezes, o absurdo, para encenar questões relativas ao consumo e ao controle social. O mundo real e o mundo lúdico são remissões possíveis ao telespectador do programa, mas, sobretudo, ao espectador do filme. No entanto, no contexto da trama, a viabilização do projeto do Ministério do Futuro só é possível se os telespectadores remeterem ao mundo real e, no máximo, ao mundo lúdico. Um dia, Claudine e Jean-Michel recebem a visita de um grupo de pessoas que faz parte do público. Eles observam e fazem perguntas. Nessa brecha, que significa a abertura momentânea do confinamento, o contato do público com a realidade do casal modelo aumenta.

Ao expor essa relação entre os confinados e aqueles que trabalham 24 horas na produção, o filme toca em um aspecto do processo pouco discutido nas análises dos *reality shows*: a relação entre os produtores e aqueles diretamente em contato com os observados. Mas outro grupo merece atenção neste filme: o dos especialistas do campo das ciências humanas e sociais que participam de debates conduzidos pelo canal que transmite o programa. Mais do que observar o cotidiano do casal, a produção procura estimular reações e comportamentos entre os dois, o que nos indica não haver total espontaneidade, consistindo uma estratégia já apontada nas discussões em torno dos *reality shows*. Os debates televisivos funcionam como uma arena na qual os críticos ao programa têm espaço. Assim, um especialista expõe claramente que as brigas do casal assistidas pelo público obedecem a um roteiro escrito; outro afirma que é característico dos regimes totalitários apregoar a imagem de um casal ideal.

No entanto, a crítica maior vem do modo como



o próprio filme constrói esse tipo de programa e coloca em questão o jogo do *reality show*.

Em nome da morte (*Morte ao vivo*)

Aproximar a morte da realidade cotidiana é o mote do programa *Morte ao Vivo*⁹. As cenas iniciais do filme indicam esse objetivo: a câmera passeia em panorâmica por um cemitério, enquadrando em contra-plongée os mausoléus. Uma criança brinca entre eles, enquanto a câmera sobe e focaliza todos os monumentos do cemitério.

Duas questões são fundamentais para entender como se desenvolve a ação em *Morte ao Vivo*. Primeira, a câmera instalada nos olhos de Roddy Farou acarreta um efeito colateral sério: ele não pode ficar muito tempo no escuro (questão de minutos), do contrário ocorre uma lesão permanente. Assim, ele deve carregar uma lanterna para acendê-la diante dos seus olhos, constantemente. Segunda questão, Roddy não gosta de dormir e não usa os remédios que lhe são indicados; ele afirma que quando algo acontece, ele gostaria de estar lá testemunhando.

O tema do filme é a escolha de alguém que se submeta a ter sua morte transmitida ao vivo. Katherine recebe a notícia de ser portadora de uma doença que não tem cura: sua morte é certa. A produção do programa encontra nela a protagonista perfeita. No entanto, ela não aceita que seu fim seja filmado e transmitido ao vivo para todos que assistem ao programa. O que Katherine não sabe é que desde sua consulta até perto de sua morte, suas ações estão sendo registradas. Ao sair do consultório médico, Katherine vê um *outdoor* do

9 Uma questão interessante em *Morte ao Vivo* é a opção pelas múltiplas instâncias: atores americanos (envolvidos em projetos alternativos como Harvey Keitel e Harry Dean Stanton) e europeus no mesmo nível (Romy Schneider e Max von Sydow); cenário escocês; diretor francês; produção norte-americana; idioma falado, francês; idioma presente no espaço público, nos cartazes de manifestantes e pichações dos prédios, inglês.

programa *Morte ao Vivo*, com sua foto e a chamada: “A televisão realmente não existia antes. *Morte ao Vivo*, a última aventura”.

A ênfase no novo conceito de programa televisivo apoia-se na possibilidade de trazer a morte para mais perto do cotidiano das pessoas, segundo o próprio produtor e segundo o *slogan*. O que está por vir não tem comparações com o que a televisão era antes. Como na fala de um repórter a Katherine: “As pessoas precisam da tragédia, ainda mais do contato com alguém que vai morrer. Nós temos sede de autenticidade”. Katherine se espanta: “Pagam para que se morra em público”.

Vicent Ferriman, da NTV, é o responsável pelo programa e é representado como um grande manipulador. A pressão que se instala com a divulgação feita pelo *outdoor* e pelos cartazes espalhados na cidade é grande, e ele consegue que Katherine assine um contrato. Ela, no entanto, pensa que burla a emissora e foge, tornando-se uma anônima na multidão. No entanto, Roddy é destacado para acompanhá-la, disfarçado, e registrar, com a câmera instalada em seus olhos, o cotidiano de uma Katherine agonizante. A convivência acaba levando o repórter a questionar o próprio trabalho. Roddy contesta seu papel e em um ato de revolta decide jogar fora a lanterna que garante sua visão, tornando-se cego. Simbolicamente, em sua cegueira ele vê a verdade do sistema de exploração midiática. Ao final, Katherine, mesmo sabendo que não está com uma doença terminal, opta por continuar tomando as pílulas que lhe indicaram, e que irão provocar a sua morte.

O destino dos dois está previamente anunciado em uma referência filmica desde o início. Na sala onde ocorre a negociação entre Ferriman e Katherine, há dois cartazes de filmes. Um deles é *The Masque of the Red Death* (1964), produção baseada em um conto de Edgar Allan Poe, que trata, segundo



alguns críticos, da inevitabilidade da morte, ao contar a história de um príncipe (Próspero) que, na tentativa de fugir da “praga escarlata”, refugia-se com um grupo de amigos em uma abadia. Um dia, porém, apesar de toda segurança, um elemento estranho, vestido como a morte, entra no refúgio e todos morrem em meio a um baile. O outro cartaz pertence ao filme *The man with x-ray eyes* (1963), uma ficção científica que narra o desenvolvimento, feito pelo Dr. Xavier, de um colírio que pudesse aumentar a visão humana. Ele experimenta em si mesmo o produto e passa a ter uma visão totalmente diferenciada. Ao final da trama, já desesperado pelas alterações de seu organismo e pela impossibilidade de ver como as outras pessoas, ele encontra um pastor que lhe diz: “se teus olhos te ofendem, arranca-os”. Xavier, então, opta pela cegueira. Ao final, a morte ao vivo de Katherine não foi transmitida e Ferriman foi indiciado criminalmente. Logo, o sacrifício da protagonista, optando por morrer, não foi em vão.

Uma das questões centrais que o filme *Morte ao Vivo* traz para a discussão dos *reality shows* diz respeito à ética e aos limites da espetacularização de uma determinada experiência de vida, que, na verdade e, paradoxalmente, é a experiência da morte. Os números justificam a estratégia. Perto do final (como se já soubesse quando Katherine iria morrer), Ferriman constata 71% de audiência, sendo que 3 em cada 4 pessoas na Alemanha assistem ao show. E aqueles que acham o programa desprezível, 37%, também o assistem. Segundo ele, as pessoas assistem porque é real e, como afirma Tracey, ex-esposa de Roddy, podemos ficar mais fortes frente a uma pessoa que morre. Na base do conceito do programa está a exclusividade e o ineditismo: a morte é a última imagem que vemos e Ferriman se propôs a aproximar um moribundo do público. Para ele, essa é a “nova pornografia, pois a nudez não choca mais”.

A câmera instalada no olho de Roddy permite imagens automáticas, tais como as das câmaras fixas instaladas em locais estratégicos e públicos da cidade e em áreas privadas do comércio. À diferença dessas últimas, que produzem imagens de acontecimentos que prescindem da interpretação do sujeito e que permitem apenas o registro das ações desenvolvidas dentro de um espaço delimitado, a presença do jornalista é uma tentativa de resistência ao que Virilio apontou como “o adeus solene ao homem por trás da câmera, esse desaparecimento total da subjetividade visual em um efeito técnico permanente” (VIRILIO, 1999, p.67). Entretanto, à maneira das atuais *webcams* usadas em locais privados de comércio ou por alguém que queira filmar alguma ação escusa, a câmera de Roddy assume a natureza mecânica da vigilância, com o agravante de não se restringir a enquadramentos previamente fixados. A imagem captada por ele é a de um olho autômato que constrói uma visão sem olhar ao transferir para a máquina “a interpretação automática do sentido dos acontecimentos nos domínios da produção industrial” (VIRILIO, 1999, p. 86). Ao contrário da narrativa editada do telejornal, a câmera de Roddy visa dar um sentido documental como se todos os espectadores estivessem diante de Katherine e não diante de uma narrativa que narra sua doença e morte. Indo ao encontro das palavras de Debray, a imagem televisiva não traz uma representação dessa morte, pois ela “opera diretamente no mundo e não como uma transposição, um discurso sobre o mundo” (DEBRAY, 2003, p. 100).

Considerações finais

Um aspecto que as discussões sobre *reality shows* por vezes não toca é a possibilidade de o indivíduo vender sua intimidade ou privacidade. Os participantes são escolhidos em virtude de algum critério, mas, além do desejo de exposição



que algumas análises atestam estar presente nos modelos do *Big Brother Brasil*, por exemplo, está o aspecto financeiro e a possibilidade de um possível “estrelato” depois do programa. Nas duas produções, os protagonistas são pagos para expor a sua privacidade ou para morrer diante do público, ao vivo, ainda que em *Morte ao Vivo* a protagonista seja mais resistente. Eles não almejam se tornar famosos, mas a questão financeira está mais explícita em *Desilusões Futuristas*. Assim como a questão da autorização de vigilância, ou não, a venda da intimidade passa por questões éticas que sofrem uma distensão no espaço do espetáculo.

Com relação à questão da mercadoria, aspecto enfatizado nas discussões que tomam a teoria crítica como base, nos filmes, é possível identificar a venda e o respectivo consumo dessa instância não material: a vivência do outro pela representação imagética. Em *Desilusões Futurísticas* o projeto de formação de um modelo estrutural de família e de hábito de consumo é explícito, e o formato de um *reality show* parece indicar ao público que aquele estilo de vida está ao alcance de todos. O público identifica os valores veiculados como possíveis de serem compartilhados. No entanto, os produtos não estão ao alcance de todos, como fica claro no momento em que o público visita o casal modelo. Em *Morte ao Vivo*, a negociação entre Ferriman e Katherine é marcada pela possibilidade de se vender algo único: no caso, a própria morte. Como diz Katherine: “É a única morte que vou ter”. O choque não está mais na proposta de um programa que trabalhe com essa temática, mas, sim, nos índices de audiência, tanto dos que aderem quanto dos que criticam. Mais uma vez o apelo ao real é a justificativa.

Destaca-se, assim, a questão do consumo em diferentes níveis: do programa propriamente como um produto; dos produtos e hábitos neles veiculados; das experiências existenciais: vive-se

pelas imagens veiculadas em programas que se obrigam a um vínculo estreito com o real.

Tendo em vista a questão da participação, observamos que para a exposição da vivência que será televisada, não é necessário um confinamento físico, estritamente. Se essa estratégia é utilizada com o casal modelo de *Desilusões Futuristas*, Katherine, em *Morte ao Vivo*, não se encontra em um apartamento ou em qualquer outro espaço fechado. No entanto, ela está confinada de outra forma. Para não ter seus últimos dias registrados por uma câmera, ela opta por fugir e viver como moradora de rua: seu confinamento é no espaço público, onde ela acredita que seu privado não será invadido. No entanto, graças à tecnologia, isso não acontece.

Ao tornar espetaculares essas experiências cotidianas dos anônimos, a identificação pode gerar conforto ou desconforto. A relação entre os participantes dos *reality shows* e os produtores é mais enfatizada, sendo ao público destinado um papel pontual (*Desilusões Futuristas*) ou quase ausente (*Morte ao Vivo*). Além disso, a experiência de olhar é diferentemente abordada nos dois filmes. O público vê e consome tais experiências; os responsáveis pela produção não as consomem, eles experienciam de forma diferente a relação com os participantes dos shows – da exploração à identificação ou tensão.

O espetáculo organiza-se em função de uma operação do ver e ser visto. Nesse sentido, como observa Chauí, ainda que não seja uma criação da mídia de massa, esse fenômeno, quando é capturado, produzido e transmitido pelos meios de comunicação, caracteriza-se como uma questão central em função da ubiquidade na transmissão com a operação das câmeras transformando o acontecimento em encenação: “[...] a passagem do espetáculo ao simulacro, a nulificação do real e dos símbolos pelas imagens e pelos sons enviados ao



espectador” (CHAUÍ, 2006, p.16).

Chauí (2006, p. 9) nos mostra que a mediação das relações sociais e políticas na contemporaneidade passaram a ser reguladas por instituições que perderam seu referente político e social. Assim, uma “privatização do social e do político” traz, como específico, as mediações realizadas pelas instituições, tendo como marca pautarem-se pela “aparência” da vida privada, dos gostos, das emoções e sentimentos. Além disso, elas se caracterizam pela destruição da esfera essencial das democracias, ou seja, a da opinião pública. Ainda, ao transformar espaços da cultura em puro entretenimento, tais instituições retiram da cultura o seu caráter criador e expressivo. Dessa forma, esse espetáculo propiciado pelos *mass media* tem um sentido que de obra consumível passa a ser uma simulação em forma de um entretenimento consagrado pelos modismos, repetitivos, passageiros e ilusórios.

As duas produções representam criticamente esse processo, apesar dos gêneros e abordagens diferenciados. *Desilusões Futuristas*, nesse sentido, lança mão de duas instâncias: a relação tensa entre o casal modelo e os observadores/pesquisadores e a mesa-redonda televisiva com a participação de intelectuais. *Morte ao Vivo* apoia-se na relação entre Roddy e Katherine e nas discussões entre Tracey e Ferriman para mostrar a massificação não mais da vida, mas da própria morte.

Tônica das discussões acerca desse modelo de programa, o “culto ao real”, aliado à problemática de se preferir a imagem à coisa, a representação à realidade, redimensiona o que é próprio do real e da ficção. A ênfase nesse aspecto do real parece indicar que ele é uma instância da qual nós estávamos distantes: e os *reality shows* estão aí para nos reaproximar dele por meio da ficcionalização de algumas vivências.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Veronica Eloi de. Os reality show e o respeitável público da vida privada. jun de 2003. Dissertação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2003.

BRUNO, Fernanda. Quem está olhando? Variações do público e do privado em weblogs, fotologs e reality shows. In: Revista Contemporânea, v.3, n.2, p. 53-70, jul/dez 2005.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e poder. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2006.

CRAVEIRO, Sofia. Reality show – o espetáculo das massas. In: Revista AgoraNet. Labcom.ubi.pt, [20??], nº 4. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04.html>. Acesso em: 05 mar. 2012. <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04.html>

DEBORD, G. A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEBRAY, Régis. Acreditar, ver, fazer. Bauru, SP: Edusc, 2003.

DOUHAIRE, Samuel. Le couple témoin. Disponível em: < <http://www.telerama.fr/cinema/films/le-couple-temoin,11795,critique.php>>. Acesso em: 15 mar 2012.

IMDB. Disponível em: www.imdb.com. Acesso em: 20 mar. 2012.

JOST, François. Compreender a televisão. Porto Alegre: Sulina, 2007.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo. In: MORAES, Denis (Org.) Sociedade midiaticizada. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 33-49.

LEVIN, Thomas Y. Retórica do índice temporal: narração vigilante e o cinema de “tempo real”. In: MACIEL, Kátia (org.). Transcineas. Rio de Janeiro: Contra Capa Livraria, 2009. pp.175-192.

LIPOVESTSKY, Gilles; SERROY, Jean. A tela global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna. Porto Alegre: Sulina, 2009.



PRAÇA, Gabriella Martins da Silva; TRINTA, Aluizio Ramos. O panóptico televisivo: vigilância e visibilidade nos reality shows. In: XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, n.31, 2010. Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Anais Intercom – XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul: UCS, 2010. p. 1-13.

RABAÇA, Carlos Alberto, BARBOSA, Gustavo Guimarães. Dicionário de comunicação. 2.ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001. pp.172-175.

VIRILIO, Paul. A bomba informática. São Paulo: Estação Liberdade, 1999.

REFERÊNCIAS FÍLMICAS

Desilusões futuristas. KLEIN, William. França: 1977. 101 minutos. [Extras]

Morte ao vivo. TAVERNIER, Bertrand. EUA: 1980. 128 minutos. [Extras]

Representações sobre reality shows: o caso de
Desilusões Futuristas e *Morte ao Vivo*
Valéria Cristina Lopes Wilke
Leila Beatriz Ribeiro
Carmen Irene Correia de Oliviera

Data do Envio: 2 de abril de 2012.
Data do aceite: 27 de maio de 2012.

