

Reality: da TV às outras telas¹

Raquel Vieira Fávoro Petronilho²

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais

Resumo

Faz-se notável o número de programas que pode ser enquadrado ao gênero reality TV que, a cada novo título ou edição parece ganhar ainda adeptos – e mais impulso. A exibição constante da trivial rotina íntima de ilustres desconhecidos, entretanto, não se mostra exclusividade televisiva. A internet e seus sites de relacionamento se projetam, cada vez mais, como canal produtivo desse tipo de conteúdo, e suscita o questionamento acerca da nomenclatura que, ainda hoje, insiste em agregar a TV ao termo reality.

Palavras-chave: Reality TV; documentário; redes sociais; Facebook.

Texto do trabalho

A vida real capturada pelas câmeras. A ideia não é nada nova. Ainda em 1940, nos anos dourados da televisão, a vigilância permanente da rotina de pessoas comuns através das câmeras já se fazia marcante, com o programa *Candid Camera*, de Allen Funt, que trazia ao público cenas que viriam a se consagrar no Brasil, anos mais tarde, como videocassetadas – nada mais nada menos que flagras de pessoas em situações cômicas ou vexatórias, nem sempre conscientes de que estavam sendo filmadas. É sabido que a equipe de produção de Funt provocava acontecimentos, em constante busca por diferentes – e ‘engraçadas’ – reações daqueles que se tornariam os primeiros protagonistas (no caso, involuntários) desse hoje em dia tão popularmente conhecido gênero televisivo chamado reality TV. “Colocado em situação de voyeurismo explícito, o público americano se divertiu durante várias décadas com o vexame alheio e essa ideia rendeu (e ainda rende) versões as mais diferenciadas em todas as partes do mundo” (MACHADO e VÈLEZ, 2009:13). E, antes ainda de conquistar as telas, o gênero – como nos dizem Machado e

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela PUC Minas. Pós-graduada em Processos Criativos em Palavra e Imagem pelo IEC PUC Minas. Mestranda em Comunicação Social pelo IEC PUC Minas. E-mail: quelfavaro@hotmail.com

Vèlez – já fazia sucesso com a versão radiofônica das videocassetadas, o programa *Candid Microphone*, do mesmo Allen Funt.

Ideia nova ou não, o tema se mostra atual. O número de programas que se adequa hoje ao gênero reality TV só se faz aumentar – e a cada novo título ou edição de conteúdos já consagrados junto ao público, parece ganhar ainda mais força.

An American Family: a rotina familiar toma a tela

A séria norte americana *An American Family*, produzida por Craig Gilbert na década de 70, é considerada a primeira experiência explícita de vigilância auto-consentida – o pai de programas como *Family Swap* (no Brasil, *Troca de Esposas*) e *Super Nanny* (que teve aqui sua pronúncia abasileirada), *The Osbournes* e *Keeping Up With The Kardashians*, entre tantos outros.

Em seu texto *I think we need a new name for it: the meeting of documentary and Reality TV* (tradução livre: *Eu acho que precisamos de um novo nome para isso: o encontro do documentário com a reality TV*), de 2004, Murray nos traz uma frase da respeitada antropologista Margareth Mead, publicada pelo TV Guide, logo após a exibição da série nos Estados Unidos: “Eu não acho que *American Family* deveria ser chamado documentário. Eu acho que precisamos de um novo nome para ele, um nome que o contrastaria não apenas com a ficção, mas o que até então foi exibido na TV”.

É de se imaginar se o termo reality TV tenha ido de encontro ao que tinha em mente a antropologista. Chamado “reality show” por John de Mol, idealizador do *Big Brother*, um dos programas do gênero de maior sucesso em todo o mundo – no Brasil já se foram 15 edições e muito em breve é provável que as chamadas para a décima sexta passem a invadir os intervalos comerciais da programação da TV Globo – alguns pesquisadores preferem a nomenclatura “reality soap”, devido ao coeficiente de ficção presente na grande maioria das edições do programa, ou ainda o termo “reality TV”, amplamente encontrado em textos acerca do assunto, e nomenclatura adotada no presente trabalho.

Terminologias à parte, voltemos ao questionamento acerca das semelhanças e diferenças entre documentário e reality TV. Para Murray (2004), Craig Gilbert descreveu *An American Family* como uma ‘novela da vida real’ graças à sua estrutura narrativa, mas nela usou de técnicas estilísticas do movimento do cinema. O produtor apresentou com a série uma mescla de realidade com recursos cinematográficos, que por certo se fizeram

direcionadores do conteúdo. Tal característica marca a indefinição das fronteiras que costumam delimitar as regras de reconhecimento de um conteúdo como documentário. De acordo com John Corner, “a frequência com que programas de diversos tipos tem se utilizado do ‘estilo documentário’, e a frequência com que os documentários tem adotado estilos de não-documentário” se faz responsável por este momento cultural, chamado pós-documentário. A imagem, as técnicas, as características de determinados programas, somados ao julgamento crítico do espectador, suas expectativas e (re)conhecimento de tipos de programas (ou gêneros) televisivos acaba por induzir à conclusão de determinado conteúdo como sendo documentário ou não. Quando os limites entre o que conhecemos por documentário e o que conhecemos por reality TV se mostram vagos, parece ser atribuída ao receptor a responsabilidade de definição.

Em *Persistência da reality TV*, Machado e Vèlez informam sobre a ambivalência do formato reality TV e fazem referência a uma ideia que direciona alguns dos questionamentos que deram origem a este artigo.

A reality TV é, de um lado, um formato genuinamente televisivo, porque se vale da característica principal desse meio que é a serialidade, ou seja, o fato dos programas serem seccionados em capítulos ou episódios, cada um deles mostrado num dia, mês ou ano diferente. A reality TV transforma a temporalidade da televisão em sua própria forma e conteúdo. Por outro lado, a reality TV inverte aquilo que sempre foi considerado o sentido original da televisão: em vez de ser um veículo que traz as notícias do mundo exterior para a intimidade da família, ela, ao contrário, leva a intimidade da família para o exterior e expõe publicamente o que antes era privado e secreto. É como se, na reality TV, as casas dos participantes tivessem todas as paredes de vidro e fossem transparentes. O meio doméstico por excelência acaba por “domesticar” a esfera pública. Hoje, essa tendência se alastra não apenas dentro da televisão, através dos reality shows, das “videocassetadas” (home videos) e dos shows de câmeras ocultas, mas também na internet, através dos blogs, fotoblogs, web câmeras e sites como You Tube e Orkut, que exibem diariamente, 24 horas por dia, a banalidade do cotidiano íntimo de cada um. (MACHADO e VÈLEZ, 2009:39-40)

O apontamento da internet como exibidora constante da medíocre rotina íntima de cada cidadão, entretanto, faz emergir a indagação: teríamos chegado a um momento análogo ao que fez surgir o apontamento da antropóloga Margareth Mead, que ressaltava a necessidade da busca por uma nova nomenclatura para determinados conteúdos, visto que, atualmente, as características definidoras do estilo reality TV parecem se exibir também em outras telas, como as dos computadores, *tablets* e *smartphones*?

Cinema Veritàè: uma família americana – ou qualquer outra família, de qualquer outro lugar

O filme *Cinema Veritàè* retrata a concepção, um pouco dos bastidores e a história desta série pioneira, *An American Family*, produzida por Craig Gilbert – tratado, ao final do filme, como criador do estilo reality show. A narrativa mostra a forma como o criador da programa alega sua relevância como experimento cultural, que poderia vir a ensinar ao público sobre convivência familiar, e a maneira como o discurso e a eloquência de Craig encontram a vontade de visibilidade da família – o show logo está montado.

Para Machado e Vêlez, o programa não retratou exatamente o que era “de um ponto de vista documental, uma típica família americana, mas sim o que acontece quando um grupo de pessoas é submetido sistematicamente, ininterruptamente, até mesmo na sua intimidade mais secreta, ao olhar voyeurista das câmeras”. Durante o filme, é possível perceber com clareza cenas em que os membros da família, observados pelas lentes, evitam a exposição de momentos que poderiam vir a ser interpretados como negativos; desejam mostrar apenas as alegrias, os momentos de diversão e descontração, a amizade entre pais e filhos: o self positivo. Dentre tais cenas, algumas se destacam: o pai põe fim à discussão com o filho – “falamos sobre isso mais tarde”; a esposa ameaça o marido ao ser questionada como educadora; a esposa que pede para ser filmada em um lugar lindo, a fim de se exibir para as amantes do marido; o pedido da mãe de que o momento em que fosse contar aos filhos sobre a separação não fosse filmado.

Ainda através do filme é possível observar que, apesar dos cuidados das personagens em deixar registrar apenas o lado bom do convívio familiar, a edição do conteúdo e a reação do público surpreendem a ponto de fazer com que os Loud – a família americana em questão – passem a se apresentar em programas de TV, principalmente famosos *talk shows* da época, na tentativa de recuperar a imagem de típica família americana e se desfazer dos rótulos de loucos, estranhos e desajustados. Rótulos estes certamente atribuídos por pessoas e famílias que não muito se distanciavam dos Loud – desentendimentos, brigas, dificuldades no relacionamento, dúvidas em relação à criação dos filhos: qual a família que não passa por isso? Entretanto, parece-nos bastante fácil julgar e criticar quando se está protegido pela invisibilidade do relacionamento espectador-tela.

Temos hoje a consciência de que câmeras estão em todos os lugares e, portanto, “qualquer coisa que aconteça, da mais banal à mais insólita, está provavelmente sendo registrada, seja por um profissional, seja mais provavelmente por um amador. Em outras palavras, tudo o que acontece está potencialmente apto a aparecer numa tela” (MACHADO e VÈLEZ, 2009:14). Tais ocorrências, que há algum tempo poderiam vir a ser interpretadas como invasão de privacidade ou desrespeito pela intimidade alheia, não só parecem não incomodar, como é possível perceber o interesse de grande parte da população em se fazer notar pelas câmeras, na constante busca por quinze minutos de fama – mesmo que apenas nas páginas das redes sociais ou nos já conhecidos grupos de whatsapp.

Pensando no que disse Margareth Mead, referindo-se a *An American Family*, que assistir a vida real do outro pode ser um novo modo pela qual as pessoas aprendem a olhar a vida, somado ao conceito de self positivo, amplamente explorado pela reality TV, é possível apontar o Facebook, significativa rede social contemporânea, com mais de 1 bilhão de usuários em todo o mundo, como um grande – e crescente – reality fora da TV, a exibir o dia todo, todos os dias, a trivialidade do cotidiano íntimo de cada um.

Reality tv ou reality media?

O planeta se converteu “em uma gigantesca alcova global, com cada um de nós assistindo, pela televisão, confortavelmente instalados em nossos quartos próprios, a um show de intimidades alheias” (Machado e Vèlez, 2009:40). A sociedade parece ter, sim, se convertido nessa enorme câmara coletiva, na qual assistimos, de camarote, a grandes sequências exibidoras de intimidades alheias – que, por certo, não mais se limita à tela da televisão. Em tempos de aparatos tecnológicos cada vez mais modernos e sinais de internet a inundar cada canto habitado pelo homem, o alcance de conteúdo parece não mais encontrar limites ou barreiras.

Da mesma forma que seus equivalente televisionados, o *feed* de notícias de sites de relacionamento como o Facebook parece intensificar a realidade – na rede social em questão, a possibilidade de elaboração de cada frase, de forma a modelar um acontecimento, retratar um problema ou intensificar uma ação ordinária fazem o papel do confinamento e das câmeras nos shows da TV, de modo a, aparentemente, tornar a experiência ainda mais real que a realidade. É o jantar banal de segunda-feira que, de certo ângulo e com o filtro certo, se faz banquete. É a festinha desanimada que, no dia seguinte, é

tratada como balada imperdível. O relacionamento morno que se atualiza com fotos cheias de romance e declarações de amor eterno. São os textos enérgicos, que pedem aos outros que cuidem de suas vidas, fazendo entender que a pessoa, de tão interessante, é perseguida por cobiçosos, sedentos por uma vida cheia de momentos incríveis como a dela.

Também como nos programas de reality, os acontecimentos do Facebook se mostram como espontâneos, retrato fiel da realidade, mesmo que todos – no caso da TV, o público, no caso da rede social, os amigos – saibam que, por trás das câmeras ou dos computadores, cada ação é pensada, programada, editada.

Em ambos existe, ainda, a ação da empatia: no reality show, o público se identifica com determinada personagem, passa a admirar, querer se fazer parecido. No Facebook o mesmo acontece: da observação (vigilância?) da vida do outro, nasce a empatia, a admiração, o gostar – que, muitas vezes, se limita ao conectar e desconectar do *feed* de notícias.

Essa empatia, no mundo social do Facebook, muitas vezes se dá pela ocorrência – tão excessivamente presente nos reality shows – da exibição do self positivo. No mundo do *feed* de notícias, as pessoas são felizes, bonitas, inteligentes, competentes, legais, admiráveis. Os acontecimentos em suas vidas são sempre dignos de registro, tão interessantes que são. A questão, como nos reality shows, não é ter uma vida boa: é ter uma vida que seja só boa. Não existem problemas, chateações, tristezas ou tédio. E, tanto nos programas de reality quanto na rede social, o que em alguns causa empatia, em outros faz nascer a inveja: um estudo norte americano que contemplou 19 mil pessoas descobriu que aqueles que assistem a reality shows apresentam autoestima mais baixa do que os que não assistem. Enquanto isso, no mundo das redes sociais, um estudo de duas universidades alemãs revelou que mais de um terço dos usuários do Facebook enfrenta sentimentos negativos, como frustração, depois de visitar os perfis dos amigos³. Os pesquisadores concluíram que a exposição a cenas explícitas de sucesso e lazer transformou a inveja em moeda corrente na rede social, conduzindo a um clima de insatisfação com a própria vida. De acordo com a pesquisadora Hanna Krasnova, a edição da vida possibilitada pelo Facebook, de forma a exibir apenas o self positivo se transforma em uma espiral da inveja: quem sente quer fazer sentir e alimenta a rede com ainda mais exibições do self positivo.

³ Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/noticia/2013/02/especialistas-questionam-comportamento-de-usuarios-felizes-no-facebook-4046943.html>

Outro ponto em comum a ser observado é a aparentemente constante classificação (ou necessidade dela) que diferencia conteúdos como sendo baixa ou alta cultura, exposta por Murray em *Reality TV: remaking television culture*. Na relação reality TV versus documentário, o primeiro é sempre encarado como descartável e popular – ou mesmo vulgar – enquanto o segundo é, geralmente, levado a sério, visto como importante, informativo e digno de ser apreciado social e artisticamente, mesmo que ambos estejam comumente focados em acontecimentos mundanos. Na alimentação diária do *feed* do Facebook, o mesmo acontece: as fotos de refeições, dos bichinhos de estimação, do look do dia, as atualizações consideradas banais e frases soltas (baixa cultura?) são esporadicamente entrecortadas por mensagens – que ao menos tentam ser – mais cultas e relevantes. São os casos dos projetos culturais, postagem de poemas ou obras de arte que, por vezes, surgem com força de corrente, incitando os amigos a fazerem o mesmo. Recentemente, uma dessas correntes que trazia antes do poema um texto, copiado e colado pelos usuários, que explicitava que aquilo fazia parte de um resgate cultural em meio à mediocridade das atualizações: “Vamos trazer um pouco de cultura para o Facebook”. Um desafio disfarçado de convite, que surge como quem faz questão de dizer ao outro, mesmo que da forma mais polida possível, que quem compartilha determinado conteúdo é, por certo, mais culto, mais educado, melhor que aqueles que insistem em exibir em suas linhas do tempo links, imagens, vídeos ou frases grosseiros, chulos, descartáveis.

Também como os realities, o Facebook permite abordagem crítica relativa à entrada hermenêutica e identifica valores que operam socialmente a partir do momento em que os usuários alimentam suas contas com conteúdos feitos para agradar o outro, aquele que lê – “ganhar curtidas”; ou ainda conteúdos elaborados para causar conflitos e discussões, mesmo que apenas nos comentários. Ainda como nos reality shows, que podem vir a ser percebidos a partir da expectativa criada em torno de si, usuários do Facebook fazem de acontecimentos de rotina dignos de *teaser*, precedidos por promessas e expectativas.

A importância do ritual para a reality TV – como, por exemplo, o rito de saída de um *Big Brother*, da casa para a fama – pode ser percebido também no Facebook: um namoro só se torna válido quando o casal muda o status de relacionamento; as férias ainda não começaram enquanto o usuário não muda a foto de capa de sua página e anuncia o destino; um novo corte de cabelo não está terminado até que seja atualizada a foto do perfil.

Até mesmo a transformação de pessoa qualquer em celebridade, pelo simples fato de ter participado de um show televisivo pode ser percebida no Facebook. A “celebridade

virtual” – que pode ser um meme ou um amigo super popular – se apresenta no *feed* de notícias dos usuários com frequência e é consumida de forma natural, sem questionamentos.

Em tempos em que a vida sem roteiro invade os canais, abertos e a cabo, da TV brasileira, quando o banal torna-se fascinante e as pessoas parecem mais e mais sedentas de realidade – como se a vida já não fosse real o bastante – parece ser hora de repensarmos o termo reality TV, uma vez que a intensificação da experiência, mais real que a realidade, invade também – e cada vez mais – outras telas, outras mídias.

Referências bibliográficas

CINEMA verité. Direção: Shari Spring Berman e Robert Pulcini. Produção: Karyn McCarthy. Roteiro: David Seltzer. HBO, 2011. DVD (86’).

COULDRY, Nick. Teaching us to fake it: the ritualized norms of television’s “reality” games. In: MURRAY, Susan; OUELLETTE, Laurie. *Reality TV: remaking television culture*. New York, London: New York University Press, 2004.

MACHADO, Arlindo e VÉLEZ, Marta Lucía. Persistência da “reality tv”. *Significação*. São Paulo, n. 32, 2009.

MURRAY, Susan. “I think we need a new name for it”: the meeting of documentary and Reality TV. In: MURRAY, Susan; OUELLETTE, Laurie. *Reality TV: remaking television culture*. New York, London: New York University Press, 2004.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu: A Intimidade como Espetáculo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.